



CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS

Previa a la obtención del Título de:

Ingeniera Comercial Mención Comercio Exterior

TÍTULO

Plan Estratégico de Exportación de Cacao Fino producido en el Cantón
Guayaquil para el mercado de Shanghái

AUTORES

Cristhina Lisett Mejillones Pólit

Vanessa Johanna Jaime Torres

DIRECTOR DE TESIS

Econ. Fabricio Freire Morán, MNI.

GUAYAQUIL-ECUADOR

MARZO DEL 2015

Agradecimiento

Agradezco al Dios Omnipotente y Soberano, sin él nada haría, por haberme ayudado a culminar exitosamente esta etapa de estudio.

Agradezco a mi Mamita que fue de mucho apoyo a mi vida por sus sabios consejos y oraciones, mi Papi que se mantuvo clamando y mi hermano que estuvo alentándome a culminar.

A mi tutor Econ. Fabricio Freire y profesores quienes estuvieron guiándonos y apoyándonos con sus conocimientos para el término de la tesis

Cristhina Mejillones Pólit

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por darme la vida ya que me ha llenado de bendiciones todo este tiempo, él que con su eterno amor me ha brindado sabiduría suficiente para cumplir mi sueño, en mi carrera universitaria.

Manifiesto mi sincera gratitud y cariño a mis padres por todo el esfuerzo y dedicación que tuvieron para que yo obtenga una profesión y hacer de mí una persona que al final triunfe en todo lo que se proponga.

Gracias a mis hermanas quienes han sido amigas fieles y sinceras en las que he podido confiar y apoyar para seguir adelante.

Gracias a todas aquellas personas que de una u otra forma me ayudaron a crecer como persona y como profesional.

Agradezco también de manera especial a nuestro Director de Tesis Econ. Fabricio Freire quién con sus conocimientos y apoyo supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación.

Vanessa Jaime Torres

Dedicatoria

Los méritos son de Cristo, dedico esta meta obtenida primeramente a mi Padre Celestial, por darme la vida, sabiduría, inteligencia y la fuerza necesaria para culminar esta hermosa etapa en mi vida.

A mi Mamita con todo mi amor quien tuvo la valentía y se esforzó por darme mis estudios y me apoyó hasta el final, quien confió en mí y me mantuvo en sus oraciones día y noche

A mi hermano lindo que estuvo inculcándome el esfuerzo y la paciencia, para seguir avanzando con mi tesis.

A mi Papi quién me mantuvo también en sus oraciones, creyendo que este momento llegaría

A las autoridades competentes y Profesores de la Universidad Politécnica Salesiana, con mucho gozo finalizo esta etapa

Cristhina Mejillones Pólit

Dedicatoria

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño.

A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo mamá y papá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado.

A mi hermana Katherine y mi Sofía gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, las quiero mucho.

Vanessa Jaime Torres

Declaratoria de Responsabilidad

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo corresponde exclusivamente a los autores; y el patrimonio intelectual de la misma Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 26 Marzo de 2015

(f) _____

Cristhina Lisett Mejillones Pólit

(f) _____

Vanessa Jhoanna Jaime Torres

Índice General

Portada	i
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	V
Declaración	vi
Índice General	viii
Índice de Imágenes.....	ix
Índice de Gráficos	x
Índice de Anexos	xi
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	1
 Capítulo 1.....	 4
1.Situación Problemática	4
1.1 Formulación del Problema	5
1.2 Objetivo General.....	5
1.3 Objetivo Específico.....	6
1.4 Hipótesis	6
1.5 Variables.....	7
 Capítulo 2	 8
2.Antecedentes del Problema	8
2.1 Antecedentes del Cultivo de cacao.....	8
2.2 Reseña Histórica del cacao.....	9-11
2.3 Cosecha	12
2.3.1 Rendimiento y Época de Cosecha	15
2.4 Sector Agropecuario	23
2.5 Productos Ecuatorianos con Potencial en mercado Chino	31
2.6 Exportación por Grupo.....	34

2.7 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas	35
2.8 Principales Países exportadores de Cacao en grano	38
2.9 Productos y empresas en el mercado.....	39
2.10 Sector externo Chino	40
2.11 Principales Actividades de la Promoción de Exportación	40
2.12 Ventajas del Comercio Internacional	42
2.12.1 Ventaja Comparativa	43
2.13 Relaciones entre Ecuador y China.....	44
2.14 Análisis de la Demanda del Cacao en el mercado Chino	45
2.15 China	49
2.16 Organización administrativa, económica de China	50
2.16.1 Agrícolas y de consumo	51
2.17 Negociar con Chinos	51
2.18 Planeación Estratégica	53
2.19 Bases Teóricas.....	56
2.20 Marco Conceptual.....	58
Capítulo 3	60
3.1 Desarrollo de la Investigación.....	60
3.1.1 Quienes Somos	60
3.1.2 Misión	60
3.1.3 Visión	60
3.2 FODA	61
3.3 Requisitos Generales de Acceso	63
3.4 Gestión Aduanera	65
3.5 Aspectos Logísticos	69
3.5.1 Empaque Comercial.....	69
3.5.2 Rótulo	69
3.5.3 Condiciones de Almacenamiento	70
3.5.4 Embalaje para Transporte	70

3.6 Empresas Navieras	71
3.7 Canales de Distribución	74
3.8 Análisis de la Competencia	75
3.9 Barreras no Arancelarias	76
3.10 Forma de Pago	77
3.11 Barreras no Arancelarias	78
3.12 Muestra	81
3.13 Entrevistas y Observaciones Directas	100
3.14 Objetivos del Plan	101
3.14 Generales	101
3.14 Específicos	101
3.15 Estrategias	102
3.15.1 Estrategia por Producto	103
3.15.2 Estrategia por Precio	104
3.15.3 Estrategia por Canal	105
3.15.4 Estrategia por Promoción	105
3.16 Matriz de Verificación de Hipótesis	106
3.17 Conclusiones y Recomendaciones	
3.18 Bibliografía	

Índice de Imágenes

Capítulo 2	8
Imagen 2.1 Embarque En El Puerto De Guayaquil	10
Imagen 2.2 Clasificación Del Cacao	13
Imagen 2.3 Preparación De La Tierra Para El Cacao	15
Imagen 2.4 Selección De Semilla De Cacao	16
Imagen 2.5 Siembra Para El Cacao De Aroma Fino	17

Imagen 2.6 Propagación Del Cacao	17
Imagen 2.7 Crecimiento Del Cacao De Aroma Fino	19
Imagen 2.8 Calidad Del Cacao De Aroma Fino	21
Imagen 2.9 Mapa De Cacao En Diferentes Ciudades De Ecuador	33
Imagen 2.10 Empresas Exportadoras	25
Imagen 2.11 Chocolates Con Cacao Ecuatoriano	26
 Capítulo 3	 60
 Imagen 3.1 Cacao de Aroma Fino	 62
Imagen 3.2 Ejemplo de Conocimiento de Embarque	62
Imagen 3.3 Ejemplo de Lista de Empaque.....	64
Imagen 3.4 Cacao en saco de yute	65
Imagen 3.5 Contenedores de 20 y 40 pies	67
Imagen 3.5 Incoterms	70

Índice de Gráficos

Capítulo 2	8
 Gráfico 2.1 Comercio Internacional de Cacao Fino	 26
Gráfico 2.2 Exportaciones de cacao y elaborados de Ecuador Millones USD	27
Gráfico 2.3 Principales destinos de exportaciones de Ecuador de cacao	29
Gráfico 2.4 Exportación del Sector de Cacao	34
Gráfico 2.5 Principales exportadores de cacao	37
Gráfico 2.6 Balanza Comercial.....	39
 Capítulo 3	 60
 Gráfico 3.1 Precio por tonelada de Cacao	 58
Gráfico 3.2 Proyección de Ventas de cacao	74

Índice de Tabla

Capítulo 2	8
Tabla 2.1 Empresas de Exportación de Cacao Ecuatoriano	25
Tabla 2.2 Cuadro de Exportaciones Ecuatorianas de Cacao.....	28
Tabla 2.3 Cuadro de Costos de Operación en el Sector por país.....	28
Tabla 2.4 Comparación con otros países, clima de negocios, estilo de vida	30
Tabla 2.5 Productos Potenciales hacia China	31
Tabla 2.6 Principales países de destino de exportaciones de cacao	35
Tabla 2.7 Exportaciones de Cacao Ecuatoriano.....	36
Tabla 2.8 Precios promedios mensuales de cacao en grano.....	38
Tabla 2.9 Precios mínimos referenciales FOB de cacao	38
Tabla 2.10 Indicadores económicos de Ecuador	40
Capítulo 3	60
Tabla 3.1 Cotización promedio de envío de carga hacia China	69
Tabla 3.2 Cotización promedio envío a China	69
Tabla 3.3 Cotización referencial de Ecuador al puerto de destino.....	69
Tabla 3.4 Costo promedio local	69
Tabla 3.5 Arancel aplicado a principales países importados.....	72
Tabla 3.6 Proyección de venta de cacao	73

Índice de Anexos

Anexo 1 : Entrevista con el Ing. Francisco López en Pro Ecuador	110
Anexo 2 Entrevista con el Ing. Walter Márquez Profesor de Planeación Estratégica	113
Anexo 3 Entrevista con el Ing. César Álvarez Exportador del Grupo Quirola	116
Anexo 4 Entrevista con el Lic. Homero Castro	118
Anexo 5 Viaje a la Hacienda Simón Bolívar	120
Anexo 6 Formato para Validación de Encuestas	124



Carrera de Administración de Empresa

Plan Estratégico de Exportación de Cacao Fino producido en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shangai

Autores: Cristhina Mejillones Pólit

crislove96@hotmail.com

Vanessa Jaime Torres

vanessa_2012@hotmail.com

Director: Econ. Fabricio Freire Morán, MNI. jfreire@ups.edu.ec

Resumen

El presente proyecto permite conocer la historia del cacao, la situación actual de este producto cuyo objetivo general es la elaboración de un plan estratégico exportador de cacao fino de aroma hacia el mercado de Shanghái, mediante la determinación de su incursión y estrategias que permitan lograr el incremento de las exportaciones.

La provincia del Guayas al igual que otras de las provincias del Ecuador; tiene una vocación agrícola que se va desarrollando gracias a los avances tecnológicos en todos sus cultivos.

La producción de cacao varía según el área cultivada, la edad de los árboles, las enfermedades del cultivo, las variaciones climáticas y las estrategias empleadas para extender el periodo de mercadeo.

El cacao de aroma fino actualmente se proyecta como un producto prometedor de exportación en el mercado mundial por ser de origen natural.

Hoy el Ecuador posee una gran superioridad en este producto: más del 70% de la producción mundial de Cacao Fino de Aroma se encuentra en tierra ecuatoriana, convirtiéndose Ecuador en el mayor productor de cacao de aroma del mundo.

Este estudio se enfocará en la investigación de gustos y preferencias del mercado de Shanghái y verificación de exportaciones, mediante la descripción de métodos cuantitativos. Los beneficiarios de esta propuesta son las haciendas de las familias que mantienen la agricultura de hectáreas de cacao en el cantón Guayaquil.

Palabras Claves: Plan estratégico de exportación, cacao fino, mercado Shanghái.



Career Business Administration

Topic: Export Strategic Plan Cacao Fine produced in Canton Guayaquil for the Shanghai market

Autores: Cristhina Mejillones Pólit crislove96@hotmail.com
 Vanessa Jaime Torres vanessa_2012@hotmail.com

Director: Econ. Fabricio Freire Morán, MNI. jfreire@ups.edu.ec

Abstract

This project allows to know the history of cacao, the current status of this product whose overall objective is the development of a strategic exporter plan of fine cocoa aroma to market Shanghai, by determining its incursion and strategies to achieve increased exports.

The province of Guayas like other provinces of Ecuador has an agricultural vocation which has been developing thanks to technological advances in all its crops.

The Cocoa production varies according to planted area, age of the trees, crop diseases, climatic variations, and the strategies employed to extend the marketing period.

The fine cocoa flavor is currently being presented in the international market as a promising export product due to its natural origin.

Today Ecuador has a significant superiority in this product: over 70% of world production of cocoa Fine Aroma is located in Ecuadorian territory, Ecuador became the largest producer of cocoa flavor in the world.

This study will focus on the investigation of tastes and preferences Shanghai market and verification of exports, by describing quantitative methods. The beneficiaries of this proposal are the properties of families keeping agriculture hectares of cacao in Guayaquil Canton.

Keywords: Strategic Export Plan, fine flavor cocoa, Shanghai market

Introducción

La presente investigación se refiere a la exportación de cacao fino de aroma ecuatoriano hacia el mercado de Shangai en China. Ecuador ha sido un país netamente agrícola durante toda su historia, desde la época donde se exportaba cacao, azúcar y café, hasta la actualidad donde las frutas consideradas como exóticas están encontrando sus nichos de mercado en el gusto de los extranjeros.

La exportación de cacao constituye para Ecuador una de las mayores fuentes de ingreso de dinero al país ya que con ello se produce más trabajo para las familias humildes que trabajan para sembrar y cosechar el cacao, elevar sus ingresos y mejorar sus condiciones de vida.

Este producto brinda un aporte a la economía del país, por tratarse de un producto que puede penetrar en los mercados internacionales debido a su alta calidad.

La producción de cacao en el Ecuador corresponde a la variedad forastero, bajo la designación internacional, aunque se diferencia de otras variedades producidas internacionalmente por su sabor y aroma que lo hacen característico.

Debido al interés mostrado por el mercado internacional, se busca mejorar la producción de cacao tradicional, ya que, al aumentar la producción, aumenta también la demanda

El cacao fino de aroma actualmente se proyecta como un producto de exportación en el mercado mundial por ser de origen natural; la propuesta que se presenta propone un plan estratégico exportador de cacao fino de aroma hacia el mercado de Shanghái en China. El objetivo del presente proyecto es determinar las ventajas y desventajas de la exportación de cacao, reconocer los principales exportadores y competidores del cacao conociendo las normativas legales y técnicas a través de un plan estratégico exportador de cacao de aroma fino. En este plan se llevó a cabo la implementación estratégica la cual contiene: misión, visión, objetivos generales y específicos, datos estadísticos.

De acuerdo con datos de Pro Ecuador (2012) China es el país más poblado, con más del 20% de la población a nivel mundial. La economía china es una de la más fuertes del mundo, actualmente constituye el mayor exportador mundial y el segundo importador más grandes de bienes. La tasa de inflación promedio proyectada hasta el año del 2014 de abril es del 1,801%.

Cabe destacar que China en el 2013 logro convertirse en la mayor potencia comercial a nivel mundial al superar por primera vez a EEUU en el volumen de intercambios comerciales, y que actualmente existe demanda en la ciudad de Shanghái por el cacao ecuatoriano.

Con todo el estudio y análisis realizado en este proyecto se pretende realizar las acciones detalladas en el plan estratégico en beneficio a los agricultores y exportadores.

Capítulo 1

Diseño de la investigación

1. Situación Problemática

Gran parte de los países de Latinoamérica son países productores mundiales de cacao como por ejemplo: Costa de Marfil, Ghana, Nigeria, Camerún y Ecuador que es un gran productor reconocido mundialmente por su cacao fino con sabor y aroma. El consumo de cacao fino de aroma proviene fundamentalmente de mercados especializados de chocolate como en Europa Occidental: Bélgica, Luxemburgo, Francia, Alemania, Italia, Suiza, y Reino Unido así como Japón y Estados Unidos que tienen un importante consumo de este producto. Por muchos años el Ecuador fue el primer exportador de cacao hacia algunos destinos en Europa, como Suiza, Francia que lo importa como materia prima, para después en sus fábricas y con su tecnología elaborar el producto final como pueden ser los chocolates que son después exportados alrededor del mundo

Ecuador no puede quedar al margen del proceso de globalización, por ende es fundamental que los gobiernos establezcan una política comercial que procure el ambiente de estabilidad y confianza necesaria para el crecimiento de la capacidad productiva, las exportaciones, la modernización del comercio exterior y el fortalecimiento del mercado financiero.

Impulsar la producción y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador tiene sus beneficios, destacándose en sus sabores afrutados, florales o arbolados, además de contar con una ventaja, como una mayor demanda internacional en los mercados debido a que en la actualidad existe el ébola, enfermedad originaria de África, lo que favorece a Ecuador con un precio más competitivo que el ordinario.

Se realiza este trabajo de investigación, ya que brinda un aporte significativo a la economía en nuestro país, en cuanto a información, por tratarse de un producto que está penetrando en los mercados internacionales debido a su alta calidad. Se ha escogido Shanghai que aunque su producción no es agrícola, en ese país se ha hablado de nuestro producto el cacao, con un 227% de crecimiento anual promedio y con un 3% de participación, (Banco Central del Ecuador, 2013).

Según Euromonito, 2012 la tendencia de consumo de chocolate y cacao en Asia, en especial el país de China, tienen una continua demanda, según, las ventas de chocolate en China aumentaron un 6,9% en el 2013, con un aumento del 6,6% previsto para 2014, lo que en la actualidad se ha logrado, gracias al posicionamiento de ranking de cacao.

Los principales productos exportados de Ecuador a China: Productos con valor agregado de Ecuador con potencial de mercado de China:

- Cacao & Chocolate
- Café Jugo de frutas, concentrado de jugos de frutas especial
- Licor

Ecuador es el más grande productor y exportador de cacao fino de aroma a nivel mundial, claro está que en primer lugar se encuentra Costa de Marfil. Ecuador cuenta con una participación del 63% del mercado a nivel mundial según datos de (Pro Ecuador, 2012), lo que resulta beneficioso para el país debido a que el mercado demanda cada vez mayor cantidad del producto.

1.1 Formulación del Problema

¿Permitirá un Plan Estratégico hacer que las exportaciones de cacao fino de aroma hacia el mercado de Shanghai aumenten logrando que su actividad productiva sea más rentable?

1.2 Objetivo General.

Elaborar un plan estratégico exportador de cacao fino de aroma para determinar la incursión y posicionamiento del producto ecuatoriano en el mercado de Shangai

1.3 Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son las ventajas y desventajas de la exportación de cacao fino de aroma.
- Identificar el comportamiento de la demanda y consumo del cacao en el mercado de Shangai
- Reconocer quienes son los principales países exportadores y competidores de cacao fino de aroma hacia el mercado de Shangai.
- Conocer la normativa legal y técnica requerida para la exportación de cacao fino de aroma al mercado de Shangai
- Proponer las estrategias a seguir para la incursión y posicionamiento del cacao fino de aroma en el mercado de Shangai.

1.4 Hipótesis

La elaboración de un plan estratégico incide significativamente en las exportaciones y en la rentabilidad de la actividad productiva del cacao fino de aroma ecuatoriano hacia el mercado de Shangai.

1.5 Variables

Variable independiente: Plan estratégico exportador.

Variables dependientes: exportaciones, rentabilidad, actividad productiva.

Indicadores: seguimiento, incremento, utilidades, PIB.

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
¿Permitirá un plan estratégico hacer que las exportaciones de cacao fino de aroma hacia el mercado de Shangai aumenten logrando que su actividad productiva sea más rentable?	<p>Objetivo General Elaborar un plan estratégico exportador de cacao fino de aroma para determinar la incursión y posicionamiento del producto ecuatoriano en el mercado de Shangai.</p> <p>Objetivo Específico Determinar cuáles son las ventajas y desventajas de la exportación de cacao fino de aroma. Identificar el compromiso de la demanda y consumo del cacao en el mercado de Shangai Reconocer quienes son los principales países exportadores y competidores de cacao fino de aroma al mercado de Shangai Conocer la normativa legal y técnica requerida para la exportación de cacao fino de aroma al mercado de Shangai Proponer la estrategia a seguir para la incursión y posicionamiento del cacao fino de aroma en el mercado de Shangai</p>	La elaboración de un plan estratégico incide significativamente en las exportaciones y en la rentabilidad de la actividad productiva del cacao fino de aroma ecuatoriano hacia el mercado de Shangai	<p>Variable Independiente X1:Plan estratégico exportador</p> <p>Variables Dependientes Y1:Exportaciones Y2:Rentabilidad Y3:Actividad productiva</p>	<p>Seguimiento</p> <p>Incremento</p> <p>Utilidades</p> <p>PIB</p>

Fuente: Autoras

Capítulo 2

Marco Teórico

2. Antecedentes del Problema

2.1 Antecedentes del cultivo de cacao

Un convenio de cooperación científica entre el Instituto de Investigación Científica para el Desarrollo (IRD, de Francia) y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC, de Ecuador) realiza un proyecto de investigación arqueológico en Palanda, Zamora, Chinchipe.

Según hallazgos arqueológicos, realizados recientemente en el 2013 el cacao de aroma fino es amazónico y no centroamericano como se creía hasta ahora, el grupo de investigación encontró evidencia química y física de cacao de la variedad de aroma fino en la provincia de Zamora Chinchipe, hace 5,500 años existió una cultura denominada Mayo-Chinchipe-Marañón, donde se confirmó el uso del cacao extendiéndose hasta la selva Peruana. En Centroamérica existe uso del cacao por una cultura llama Olmeca de hace 3000 años, donde se extendió por Guatemala, Honduras y México.

Se comenzó hacer popular el chocolate en México, con los españoles, por motivo de que unas religiosas añadieron dulce y vainilla al “xocolatl”, según cuenta la historia narrada.

La historia relata que la bebida era consumida por la corte y realeza europea, debido a su alta calidad y textura, después pasa a tener un uso más amplio, lo que provocó una alta demanda en Europa Occidental y de esta manera tanto el cultivo y exportaciones de cacao en América crecieron con el tiempo.

2.2 Reseña Histórica del Cacao

Inicios del cultivo en el Ecuador

Según el Ministerio de Cultura, en la historia del cacao, este producto ocupa un espacio privilegiado en las exportaciones, por motivo de crecimiento de plantaciones de hectáreas de cacao en Guayaquil.

Estas plantaciones de cacao fino de aroma, y otras actividades relacionadas con el puerto solían atraer a las personas de la Sierra. Gracias a nuestros serranos donde se contribuyó, con la mano de obra, al incremento de la producción cacaotera. Según estudios el puerto de Guayaquil sacó provecho de su ubicación en las rutas comerciales del Pacífico, así como del comercio entre Chocó y Perú.

En el siglo XVIII, se incrementó la demanda de productos agrícolas de exportación procedentes del trópico americano y el cacao fue uno de los frutos más apetecidos. Llamada también “Pepa de Oro” el cacao empieza relatando su historia de producción y exportación. Ciertos pequeños agricultores de la costa y la sierra son reclutados en las nuevas haciendas que se construyen en las riberas de los ríos Daule y Babahoyo especialmente, para de esta manera facilitar el envío de la producción de la zona, por vía fluvial hasta el principal centro de exportación de entonces, el Puerto de Guayaquil. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2012)

Primer “Boom” Cacaotero

En los años de 1740 las exportaciones textiles de la serranía cayeron por debajo de los 200 mil pesos. El cacao comienza a dar con esa baja variaciones que van de 700 mil pesos en el periodo de 1786 a 1810, hasta ubicarse en un millón de pesos en 1823, siglo XVIII

El primer boom cacaotero se da entre los años de 1780 y 1820 con la liberación de los aranceles que los españoles habían mantenido durante la época de la colonia en sus posesiones de América.

Por los siglo XVIII, cuando quebró la parte obrera quiteña, dio inicio a los se los aranceles para sin números de productos, entre los cuales estaba el cacao, que gozaba de buena demanda en España y era consumido por los de alta alcurnia en aquella época como los de la realeza. Estas reformas llamadas borbónicas¹ favorecieron a muchos productos de agricultura en la exportación, de esta manera beneficiaron a la Real Audiencia de Quito y a Guayaquil en especial, ya que la pepa de oro formó un círculo de comercialización importante para colonias españolas como México, Chile, Perú y en España. Culmina el primer “Boom Cacaotero” tras la muerte del célebre Viejo Luchador Eloy Alfaro, 28 de enero de 1912. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2012)

Imagen 2.1 Embarque en el Puerto de Guayaquil



Fuente: Historia de cacao, Año 2013

El cacao, tostado, molido y mezclado con azúcar y líquidos como la leche estimulante en España y Europa desde el siglo XVI, se torna popular y su consumo se dispara dando como resultado el incremento de su demanda.

¹Son reformas del monarca de Borbón, se trataba del ligamento o unión colonias para un cierto beneficio económico de la metrópoli, corregían fugas fiscales y promovían la producción para incrementar de esa manera la recaudación de impuestos.

Generadores de Riqueza

El apogeo de la pepa de oro acordó un sistema de producción que llegó en sus mejores momentos a redondear las cien mil cargas² de 880.00 quintales. Entre las décadas de 1790 y 1800, había tres millones de árboles de cacao en la costa. Cada trabajador podía atender hasta mil árboles, por lo que el requerimiento de mano de obra habría sido de tres mil trabajadores.

En el periodo de los mejores años del cacao, con ventas al extranjero de cargas anuales de 880.00 quintales, los beneficios de la producción de cacao se dieron alrededor de 300 mil pesos anuales, ya que en la época de 1800 se usaba el peso ecuatoriano

La exportación de la pepa de oro fue oprimida por poderosos comerciante, en el año de 1804, diez de los comerciantes poderosos captaron 434,4756 pesos de los 494,000 que en total sumó el cacao exportado, es decir, el 88%. Los 60 mil pesos restante fue para casi 50 medianos y pequeños mercaderes.

La realidad fue la misma en años posteriores. En 1806, los doce mayores comerciantes exportaron 343,187 pesos del total de 455,050; o sea, el 75%. En 1810, once captaron el 60%; en 1811, seis; en 1812 diez, el 81%, y en 1813, trece se hicieron del 55%. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2012)

El segundo “Boom” cacaotero

Europa se deja seducir por el sabor del cacao y el país retoma de nuevo, su potencial productor y exportador.

(Anecacao, 2014), Ecuador exporta el 70% de cacao fino de aroma hacía los mercados europeos y su principal exportador es Bélgica.

En aquella época la demanda de la pepa de oro subió y Ecuador contaba con experiencia en este cultivo. El proceso de secado y poscosecha estaba manejado perfectamente y la infraestructura era la adecuada para responder a la nueva demanda.

² Cargas, se refiere al peso dado en las décadas de 1790

Así el país retoma su pujanza cacaotera y las haciendas “de arriba” (haciendas de cacao) incrementan su producción que se saca por vía fluvial hasta Guayaquil, centro de acopio y exportación del cacao ecuatoriano.

Los “Gran Cacao”

A finales del siglo XIX hasta la Primera Guerra Mundial, se dio periodos de abundancia considerado como la era de la “pepa de oro”, lo que se determinó por las muchas y grandes haciendas. Los propietarios de las haciendas se los llamaba “Gran Cacao”, por su prestigio económico, político y costumbres, como también por sus viajes a Europa, en especial al país Francés. Un informe publicado en Hamburgo señala que en el periodo de 1870 a 1897, el consumo mundial de cacao había crecido en un 800%. Personajes como Pedro Aspiazu Coto llegaron a poseer hasta un millón de hectáreas de tierras con 100 mil hectáreas de cultivo de cacao. La familia Puga y los Seminario establecieron varios fondos en lo que se conocía como “Huerto Oscuro” en Pueblo viejo y Ventanas, los hermanos Seminario, en la provincia de los Ríos tenían propiedades cuyo recorrido tomaba un día de viaje en canoa por el río.

Cien años atrás Ecuador fue uno de los principales productores de cacao a nivel mundial, a pesar que en el 2014 se colocó en el quinto puesto como exportador cacaotero. A Ecuador llegaron dos plagas llamadas escoba de bruja y fiebre amarilla y la misma que mermó la producción, descendiendo de 170,000 toneladas métricas (TM) anuales a menos de 10,000TM. Y así fue la oscura era de los “Gran Cacao, muchas haciendas eliminaron sus cultivos de cacao y llevaron sus esfuerzos a la producción del banano. Se necesitaron casi de 60 años para que Ecuador volviera a producir más de 170 mil toneladas métricas de cacao al año, nuevamente. En la actualidad el mayor exportador de cacao es Costa de Marfil

Ecuador está considerando como uno de los cinco mayores productores de cacao a nivel mundial, su producción en el año 2014 alcanzó 240 mil toneladas métricas, de las cuales 230 mil han sido destinadas al mercado de exportación, lo que le ha permitido desplazar del quinto lugar a Camerún (África). (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2012)

2.3 Cosecha

(Casa Luker, 2013) El cacaotero es un árbol que necesita de humedad y de calor. Es de hoja perenne y siempre se encuentra en floración, crece entre los 6 y los 10 m de altura. Requiere sombra (crecen a la sombra de otros árboles más grandes como cocoteros y plataneros), protección del viento y un suelo rico y poroso, pero no se desarrolla bien en las tierras bajas de vapores cálidos.

Su altura ideal es más o menos a 400 msnm (metros sobre el nivel del mar). El terreno debe ser rico en nitrógeno y en potasio, y el clima húmedo, con una temperatura entre los 20 °C y los 30 °C

El cacao suele florecer dos veces al año, entre los meses de junio y julio son los de mayor floración y entre el mes de septiembre y octubre florecen por segunda vez pero en menor cantidad. El periodo de maduración del cacao es de cuatro meses. La recolección una tapa muy importante, ya que se debe realizar la identificación de las mazorcas maduras.

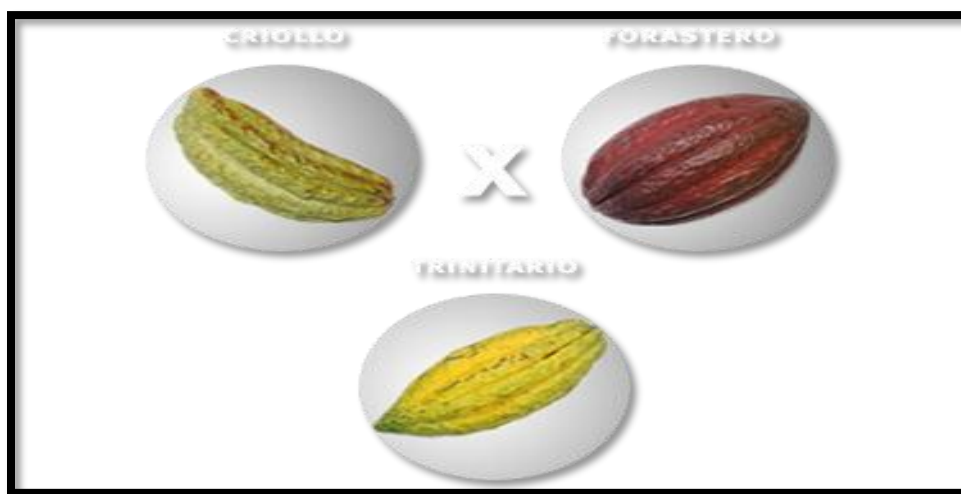
Se conoce que ha madurado el color del fruto, este se torna anaranjado-bermellón y los de fruta amarilla un color amarillo-verdoso, estos son los nacionales. La recolección del cacao se da según la obra de mano, puede ser semanal. La acumulación de los frutos se realiza de forma manual, con un cuchillo curvado unido a un palo permitiendo así recolectar los frutos de las ramas altas

Se suele aplicar un desinfectante en el extremo del pedicelo³ del fruto en el momento de su recolección para evitar la transmisión varias enfermedades o plagas ya que estas por medio de las herramientas de trabajo que puedan estar contaminadas. Los frutos que estén defectuosos, enfermos o con gusanos se destruyen en el campo y se entierran, mientras que las mazorcas sanas se las abren para extraer las semillas y trasladarlas al centro de procesado.

³ Pedicelo, es la estructura que une a la flor o al fruto con la rama que la sostiene

En la clasificación antigua de los tipos de cacao se identifican tres grupos: el cacao criollo (originario del Ecuador), el cacao Forastero y el cacao Trinitario, los mismos que coinciden con los centros de migración o dispersión del cacao. Sin embargo, después de un estudio realizado en el año 2008 con más de 1200 muestras, (Motamayor, C. 2013), se llegó a establecer diez grupos genéticos de cacao. La nueva clasificación mantiene los tres grupos tradicionales Criollo, Forastero y Trinitario y subdivide al grupo genético Forastero en: Amelonado, Contamana, Curaray, Guiniana, Iquitos, Nanay, Marañon, y Purus.

Imagen 2.2 Clasificación de Cacao, Año 2013



Fuente: Casa Luker, cacao aroma fino

(Amores, F .2013), del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), afirma que la diversidad genética es casi infinita ya que cada población tiene sabores y perfiles sensoriales diferentes. Lo cierto es que el cacao ecuatoriano, el Fino de Aroma, es el indispensable para fabricar los mejores chocolates del mundo.

Según fuentes de la Universidad de Guayaquil, Ecuador tiene una participación del 2% de cacao en grano siendo así uno de los principales países exportadores de cacao en grano con más de 80 TM anuales; Ecuador se encuentra con el 50% por debajo del rendimiento promedio mundial, debido a su falta de asesoramiento para el agricultor, hasta el año 1993, Ecuador fue considerado como productor de Cacao Fino o de Aroma en un 100%. En la actualidad, según la ICCO (Internacional Cocoa Organization), sólo consta con el 50% de la producción nacional, es considerada como Cacao Fino de Aroma

2.3.1 Rendimiento y Época de Cosecha

Según Ecuaquímica, las principales provincias que ocupan mayor superficie y producción son: Los Ríos, Manabí y Guayas, estas son las zonas con mayor área de siembra, por el privilegio de tener suelo, clima y mano de obra suficiente.

✓ Propagación por semilla

Ubicación del vivero

(Ecuaquímica, 2011) La ubicación del vivero debe de tener una área ligeramente inclinada, con facilidades de regar, sin ningún problema de drenaje, para que no se ahogue, con facilidad de acceso a vehículos y mantener cercado el área debido a los animales.

✓ Preparación de Tierra y llenado de Bolsas

Para la preparación de tierra para el vivero debe de tener un buen contenido de materia orgánica. Se aconseja descomponer el sustrato utilizando compost treet 1 kg en 13 m³. compost treet esto es una combinación de nutrientes y microorganismos seleccionados y científicamente desarrollados, destinados a iniciar y acelerar el proceso de compostaje.

Imagen 2.3 Preparación de la tierra para el Cacao



Fuente: Ecuaquímica, Año 2011

⁴ MAGAP (Misterio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca del Ecuador)

✓ Selección de Semilla

(Ecuaquímica, 2011) En el momento de seleccionar las semillas se recomienda a las plantas que presenten las características de cacao criollo, a pesar que no es necesario.

Estas semillas son certificadas por IEPI, INIAP, ANECACAO, los anteriores son organismos nacionales e internacionales que protegen la característica del producto y garantiza el buen uso de su nombre.

Según Ecuaquímica, en el momento de seleccionar las semillas se debe considerar los siguientes pasos.

- Deben de ser plantas adaptadas a la zona, es decir al clima y tierra que no presenten susceptibilidad a enfermedades del lugar.
- Es necesario producir más de 50 mazorcas en promedio por año, para poder vender
- El color de las almendras debe ser blanco a violeta pálido y de peso promedio 2 gramos por semilla, así se selecciona mejor
- Las mazorcas deben contener entre 25 a 30 semillas cada una, para tener mayores semillas.

Imagen 2.4 Selección de Semilla de Cacao



Fuente: Ecuaquímica, Año 2011

Preparación y Siembra de la Semilla

1. Las mazorcas deben ser lavadas con agua limpia y luego desinfectadas sumergiéndolas durante cinco minutos en solución de vitavax a razón de 5cc/litro (5 milímetros) de agua. Vitavax es un medicamento que controla y previene el desarrollo de enfermedades causadas por hongos que atacan las semillas (granos y material vegetativo) y plántulas; estimula el crecimiento y vigor de los cultivos en sus primeras etapas, aumentando los rendimientos de las cosechas. (Ecuaquímica, 2011)

2. Se debe abrir la mazorca teniendo en cuenta de no dañar las semillas; se procede a eliminar el mucílago⁵, es decir una capa de fibra que produce ciertas semillas como el cacao, luego rodean las semillas colocándolas sobre una malla y frotándolas con aserrín o arena, para poder quitarle el mucílago.

3. Para que germine la semilla se la sumerge en agua durante 24 horas, antes de ser sembradas en la bolsa, son desinfectadas sumergiéndolas durante un minuto en una solución neem x y phyton, a razón de cinco cc/litro.

3. Se aplica Neem X, es un insecticida-nematicida natural de origen botánico, con efecto translaminar para que sea controlada la mosca blanca, minadores, trips, áfidos, lepidópteros, coleópteros y nemátodos en varios cultivos agronómicos, frutas, plantas forrajeras, ornamentales, hortalizas y banano. Phyton es un bactericida y fungicida sistémico, de acción preventiva y curativa contra una amplia gama de enfermedades bacterianas y fungosas que afectan los cultivos ornamentales, frutales, hortalizas y cultivos extensivos varios.

⁵ Tipo de fibra soluble de naturaleza viscosa, es utilizada en las plantas para suspender sustancias insolubles

Siembra

(Ecuaquímica, 2011) Luego que germine la semilla, se la siembra en la bolsa, teniendo en cuenta de que no quede tapada con tierra totalmente, debido a que puede morir, sino se realiza la germinación antes de la siembra, se debe colocar en posición horizontal semienterrada.

Imagen 2.5 Siembra del Cacao Fino de Aroma



Fuente: Ecuaquímica, Año 2011

✓ Propagación

(Ecuaquímica, 2011) Se recomienda la propagación vegetativa, por injerto. Estos injertos son patrones vigorosos y sanos obtenidos de semillas sin ningún tipo de enfermedad. Se suele realizar el injerto de yema donde se toman las yemas de aquellos brotes que se encuentren en árboles sanos y vigorosos.

Imagen 2.6 Propagación de Cacao



Fuente: Ecuaquímica, Año 2011

Obtención de “estacas” o “ramillas para CACAO ”

Estas estacas o llamadas ramillas deben obtenerse de hojas adultas, de color pardo, sin flores, se aconseja recolectar en las mañanas, debe de ser cortado en el extremo en forma perpendicular a medio centímetro del nudo. Estas estacas deben de tener como mínimo de tres hojas que se cortarán a 1/3 de la superficie foliar. Estas “estacas” o “ramillas” se tratan con hormonagro 1, hormona enraizante que ayuda a mejorar el porcentaje de prendimiento, 1 kg alcanza para 15.000 ramillas.

Se recomienda una distancia de siembra de tres metros entre hilera y tres metros entre planta, en cuadrado, para una densidad de 1111 plantas por hectárea, para que puedan crecer sin estorbo.

Imagen 2.7 Siembra para el Cacao Fino de Aroma



Fuente: Ecuaquímica, Año 2011

Ahoyado y Siembra

Los ahoyados y siembra se ven en función del tipo de suelo. Si llega ser un suelo arcilloso debe ser de 40 cm de ancho, 40 cm de largo y 40 cm de profundidad. Si la textura es sencilla contiene buena materia orgánica pueden hacerse ahoyados de 30x30x30 centímetros.

Plantaciones en Producción

(Ecuaquímica, 2011) La cantidad de nutrimentos en kilogramos, para producir una cosecha de 300 kg de cacao seco por ha/mes son:

Nitrógeno 31-40, Fósforo 5-6, Potasio 54-86, Calcio 5-8 y Magnesio 5-7. Es importante tener en cuenta para devolverlo al suelo, considerando que parte del fertilizante se pierde por problemas de solubilidad, es decir por el tipo de suelo, la absorción de microorganismos y la mayor cantidad de nutrimentos extraídos por la planta no forman parte de las almendras, motivo por el cual las aplicaciones deben ser mayores. Debido a los fertilizantes en Ecuador se ha reportado rendimientos excelentes de 1.000 kg de cacao seco / Ha con aplicaciones de 150 kg/ha año de N, 90 de P y 200 de K. En Ecuador se recomienda para plantaciones en producción: 50 g de N, 50 g de P205 y 50 g de K20 por planta/año. La fórmula de dosis de los fertilizantes aplicados cambia de acuerdo con la edad de la planta y condiciones del suelo, por ende una de las recomendaciones debe de realizarse primero un análisis de laboratorio.

Pero fórmulas como abono double win 12-8-10 y abono double win 5-10-15 son recomendadas aplicar entre 250 y 350 gramos por planta al año, teniendo en cuenta que debe ser puesta por personas que sepan.

Los árboles sin podar crecen muy altos entre 10 a 12 metros, con abundantes ramas en todas las direcciones favoreciéndolos para la reproducción de plagas y enfermedades. Por esa razón es necesario podarlos periódicamente de esa manera se logrará las condiciones apropiadas para el aumento de la cosecha.

Respecto al tema del precio en año 2010, se aprecia que los valores bajaron en este año un promedio de \$ 500 la tonelada métrica con valor CIF (en destino y con costos de flete), debido a la crisis de la deuda EN Europa. Al registrar un promedio de \$ 2.300 la tonelada

métrica en valor CIF, mientras que el 2011 fue de \$ 2.800. El valor al productor al momento está en promedio de 100 y \$ 115 el quintal.

China es un caso particular, porque ellos han estado comprando 2.000 a 3.000 toneladas de cacao fino de aroma pero no todos los meses. En cada año el consumo de cacao en este país ha ido en aumento.

✓ **Calidad**

(Ecuaquímica, 2011) Con respecto a la calidad y productividad depende de ciertos factores, como por ejemplo: baja producción o productoras de cacao de mala calidad. Por esa razón se deben usar plantas de excelentes cualidades, para de esa manera proceder a su multiplicación.

Para que se propague el cacao se usan semillas sexuales o vegetativa que comprende los injertos, estacas y acodos.

Imagen 2.8

Calidad del Cacao Fino de Aroma



Fuente: Ecuaquímica, Año 2011

✓ **Cuidado del Cacao.**

Medidas de control:

(Ecuaquímica, 2011) Es importante el control que debe de seguirse, por ejemplo ver si existe población de insectos, plantas con síntomas de enfermedades, asociación insecto-

hongo, esta es una plaga del cacao también conocida con el nombre mal del machete, por esa razón debe de realizarse las siguientes actividades:

* En estas medidas se debe de tener en cuenta en cortar y quemar las plantas enfermas y secas, ya que en estas persiste el inóculo⁶ del hongo, es decir causa infección en la planta y se pueden producir varias generaciones de insectos.

* Desinfectar las herramientas utilizadas en el momento de cortar las ramillas.

Los insectos que atacan el tronco y a sus raíces en su actividad se detecta porque la planta presenta síntomas de marchitamiento en el suelo y tronco se observa un aserrín muy pulverizado producto de su actividad, y por ende se debe de quemar la planta. Para ello se recomienda:

- ✓ Se recomienda hacer una adecuada regularización de la sombra, ya que las plantas son más expuestas al sol
- ✓ Revisar frecuentemente el cordoncillo debido a que la plaga no puede volar, su ataque se restringe en esas áreas.
- ✓ Se recomienda el uso de insecticida de contacto e infestación cuando el daño sea severo y este en periodo de brotación
- ✓ Se debe realizar una limpieza general a las plantaciones, eliminando las malezas y haciendo las podas necesarias en los árboles del cacao con el fin de mejorar las condiciones de aire y del exceso de humedad.

⁶ Inóculo de hongos, cantidad de gérmenes infectantes.

- ✓ Recoger y quemar o enterrar todas las mazorcas enfermas incluyendo los “chireles” negros y momificados pegados al árbol y las que se encuentren en el suelo.
- ✓ Periódicamente recoger los frutos maduros sanos, para evitar pérdidas por infecciones tardías o gusanos.
- ✓ Limpiezas frecuentes de drenajes.
- ✓ Fertilización de manera apropiada y estudio de suelo, es recomendable que expertos lo hagan

2.4 Problemas actuales sobre el Sector Agropecuario.

(MAGAP, 2012) Para algunos el sector agropecuario ecuatoriano es considerada como la cenicienta del país, pero la realidad es otra, los productores de banano, ganaderos, catalogan el 2013 como año de pérdida, pero según los informes del Banco Central del Ecuador (BCE) indica que seis productos han aumentado sus exportaciones, y estos productos son: el camarón con US\$352,5 millones, enlatados de pescado en US\$268 millones, y plátano con US\$223,5 millones, productos mineros en US\$223,7 millones, flores en US\$111,4 millones y cacao con sus elaborados con US\$47,5 millones.

El Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, suscribió un convenio con la Empresa República del Cacao, para poder promover la productividad del cacao fino de aroma y el ministro de Coordinador de Producción Empleo y Competitividad (MCPEC) junto con el MAGAP precisó un trato entre la Empresa República del Cacao y el grupo francés Bongrain para la implementación de una planta de producción con tecnología de punta, lo cual favorece al Ecuador.

(Ponce, J. 2013), Añadió Ponce que muchas empresas se dan mayormente por el cacao ecuatoriano, dijo que la relación directa entre pequeños productores cacaoteros y la industria permite mejorar la calidad de vida de las familias debido a que se dedican a esta actividad y por ende se abre más fuentes de empleo y de esa manera el cacao el cacao se lo puede obtener a un precio más justo y evitar la cadena de intermediarios.

(Anecacao, 2013) El presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador, Iván Ontaneda, expresó que Ecuador tiene un aumento del 10% anual en las exportaciones favoreciendo al país desde el 2002 al 2013 a pesar que en el 2013 hubo una pequeña caída, pero subieron las ventas.

La producción depende del clima, ya que fue pronosticado para el 2014 el fenómeno del niño.

A pesar que con los datos estadísticos se prevé una buena cosecha para el 2014 pero si se dieran el fenómeno por cuestiones climáticas habrá daño en las calidades del fruto, perjudicando nuestras exportaciones.

(Luis Valverde, 2013) Se opina que se debe de incrementar la oferta con un programa de implantación brindando mejoramiento de calidad y bienestar para los productores explicó el Viceministro de Agricultura, donde se podría exportar 300.000 toneladas métricas anuales.

Imagen 2.9 Cacao Fino de Aroma en grano



Fuente: Climate Change, Agriculture and Food Security

Según Anecacao, expresó que ya sea el tipo situación que pueda presentarse en los posteriores meses del 2014, no se elimina un récord de 240.000 toneladas métricas en exportaciones al cierre de ese año. Si se llegará a obtener el record deseado Ecuador se podría posesionar en el cuarto puesto como productor a nivel mundial en el año 2014, pero las estadísticas confirmaron que no estuvo el cuarto puesto, sino que obtuvo el quinto lugar a fines del 2014 a nivel mundial como exportador de cacao.

Actualmente existe varias empresas exportadoras de cacao ecuatoriano, las siguientes son:

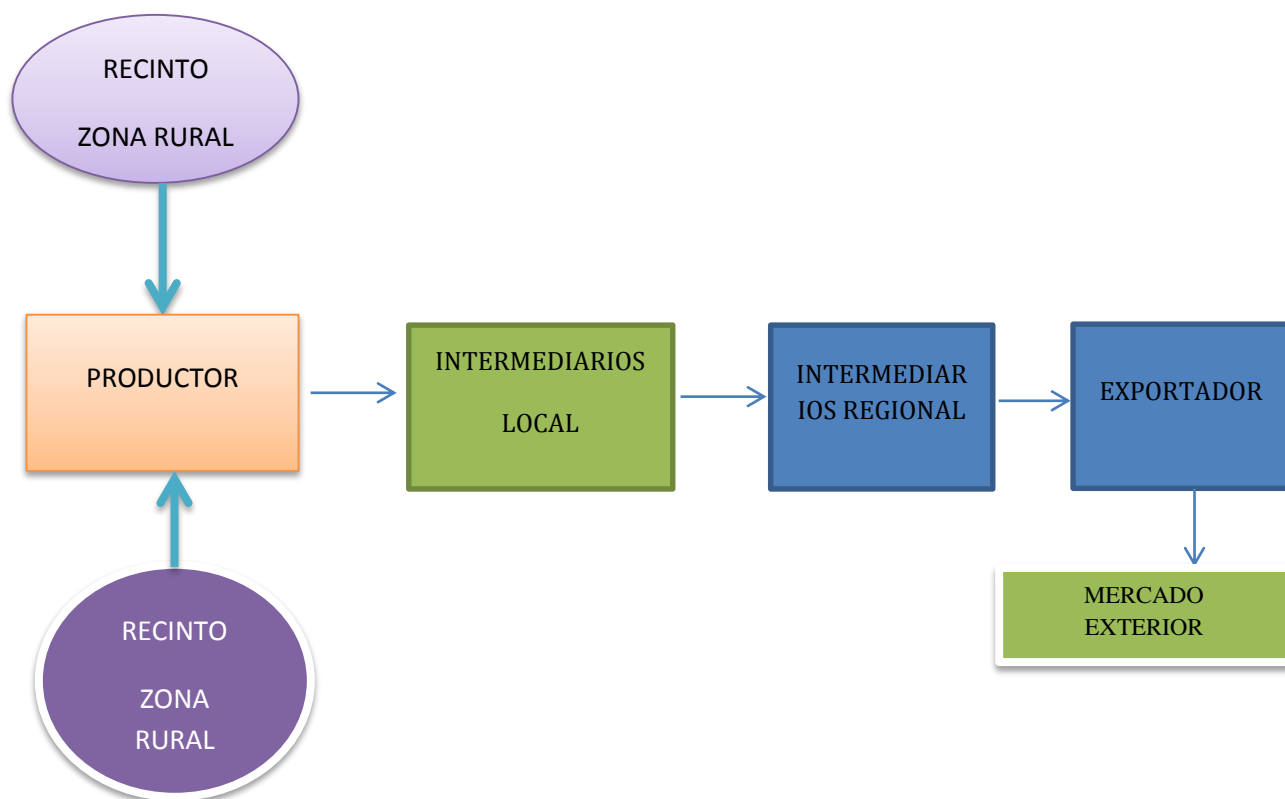
Tabla 2.2 Empresas Exportadoras de Cacao de Aroma Fino Ecuatoriano



Fuente: FEDEXPOR, 2012

Descripción de la Comercialización del Productor al Exportador

Gráfico 2.1 Función de cadena para exportar al exterior



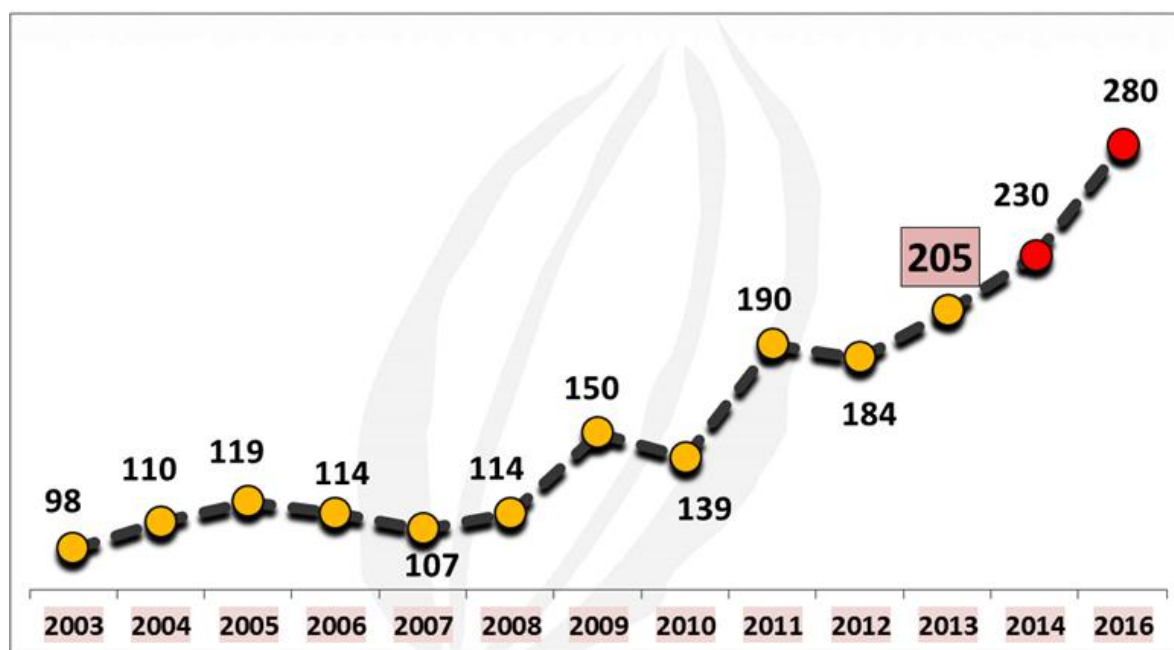
Fuente: Anecacao, Año 2010

Los productores por el momento no solicitaron el establecimiento de precios del cacao según Iván Otaneda presidente de Anecacao, porque indican que no es necesario, los productores reciben un precio de \$125 dólares por el quintal en la actualidad.

En la Protección Jurídica para el Cacao Fino y de aroma del Ecuador, Marcos Flores escribe sobre la cantidad de intermediarios que pueden participar en la cadena de

producción antes de llegar el cacao a la industria nacional o exportador. El intermediario local cobra un margen de US\$ 5 por quintal al productor por utilidades y gastos, el que puede negociar con un intermediario mayorista US\$ 2 por quintal le cobra al intermediario local, a exportadores de cacao en grano y a la industria.

Gráfico 2.2 Evolución Exportaciones Totales de cacao en toneladas



Fuente: Anecacao, 2014

Ecuador es reconocido tanto en riqueza petrolera, como por su alta calidad en productos como: cacao, banano, camarón, palmito, etc., y por eso Ecuador ha llegado a más de 150 países, siendo los principales destinos de sus exportaciones: EEUU, México, Malasia, Alemania Holanda, Canadá, Bélgica, Italia, España Indonesia, Japón, China, Francia.

Tabla 2.3 Cuadro de Exportaciones Ecuatorianas de Cacao

EXPORTACIONES DE ECUADOR HACIA EL MUNDO					
VALOR FOB/ MILES USD					
2007	2008	2009	2010	2011	2012*
14.321,32	18.818,33	13.863,06	17.489,92	22.322,35	21.887,10

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE. Año 2007-2012

Destinos de las Exportaciones del Ecuador del Sector Cacaotero y Elaborados.

(Pro Ecuador, 2013) Ecuador disfruta de una ventaja sobre los demás países competidores en cuando a los gastos de operación en el sector. Estos cálculos se basan en manos de obra y servicios básicos.

Tabla 2.4 Cuadro de Costos de Operación en el Sector por país por TM

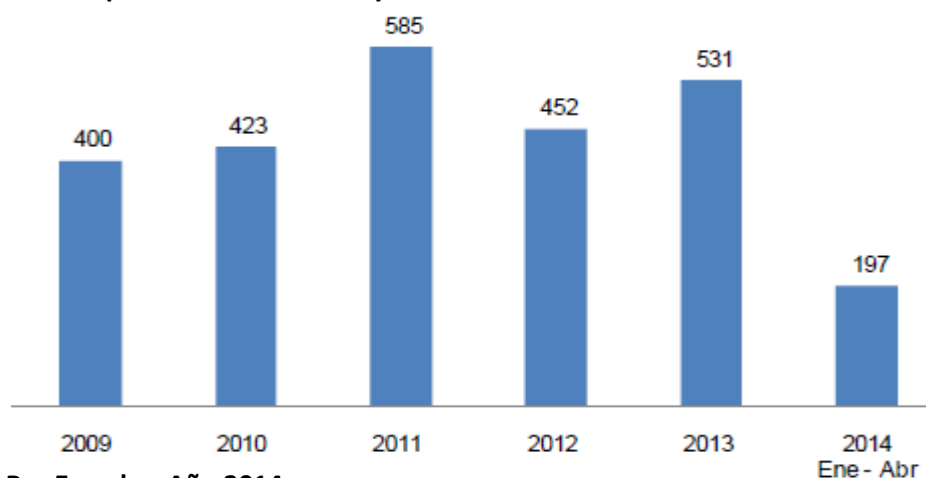
COSTOS DE OPERACIÓN EN EL SECTOR POR PAÍS	
País	Costo Total (USD)
Ecuador	4,176,983
Guatemala	4,274,573
Colombia	4,548,792
Brasil	5,070,974

Fuente: Pro Ecuador, Año 2013

Como se visualiza en la tabla adjunta, los costos anuales de operar en Ecuador son un 8% menos del promedio de los competidores, debido a los cálculos de mano de obra y servicios básico menores, lo que va brindando una oportunidad de ahorro y eficiencia derivando en un margen de ganancia atractivo.

Las exportaciones ecuatorianas del sector registran un incremento en el 2013, dando una variación de 17.56% en comparación con años anteriores.

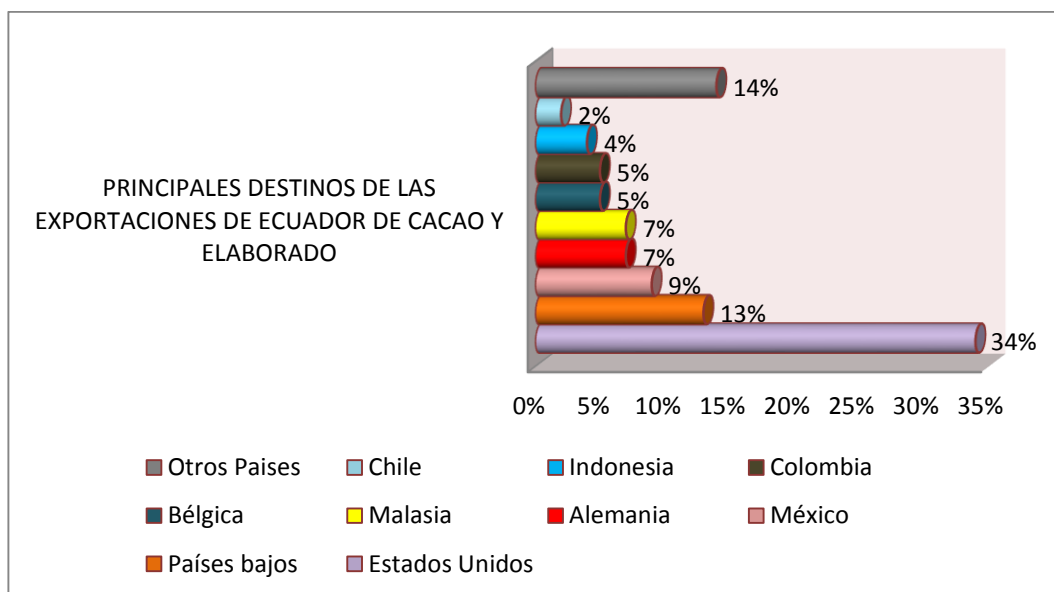
Gráfico 2.2 Exportaciones de Cacao y Elaborados de Ecuador Millones USD



Fuente: Pro Ecuador, Año 2014

Los principales mercados del sector cacaotero y elaborados producidos en Ecuador de enero-abril del presente año son: Estados Unidos 34%; Países Bajos 13%, México 9%. Estos destinos representan el 56% de las exportaciones del sector.

Gráfico 2.3 Principales destinos de las Exportaciones de Ecuador de Cacao y Elaborados



Fuente: Pro Ecuador, Año 2014

Factores que Influyen en las Inversiones.

(Pro Ecuador, 2013) Los empresarios del mundo perciben que Ecuador tiene un excelente clima de negocios y un mejor estilo de vida, en comparación con otros competidores.

Tabla 2.5 Comparación con otros países sobre el clima de negocios y estilo de vida

País	Clima de Negocios		Estilo de Vida	
	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje
Ecuador	1	11.24	1	11.18
Brazil	2	10.09	2	9.73
Guatemala	3	9.41	3	10.15
Colombia	4	9.29	4	8.97

Fuente: Pro Ecuador, Año 2013

(Doing Business, 2014) Esta percepción se logra gracias a que Ecuador supera a los demás países para acceder a un crédito, excelente marco legal, protección en la propiedad intelectual mejor infraestructura entre otros. Lo que nos dice el índice Doing Business 2014, es que se deben entender las regulaciones para las pequeñas y grandes empresas, y Ecuador cuenta con esta ventaja y por eso está en promedio de clasificaciones altas con el puesto 135 Economía.

2.5 Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado Chino.

Según estudios de la Universidad Católica de Guayaquil, los datos estadísticos fueron basados con datos cuantitativos y cualitativos. Estos datos cuantitativos son recopilación de las exportaciones ecuatorianas al mundo y a China y las importaciones chinas del mundo y de Ecuador.

Se tomó en cuenta los datos cualitativos para observar las tendencias de consumo del mercado chino y se realizó un análisis de productos que Ecuador produce y que países competidores los están ingresando con éxito en el mercado Asiático. Datos de Pro Ecuador, indican que China tiene productos específicos y uno de ellos es el chocolate, anualmente en China se consume 200 gramos de chocolate per cápita, lo que nos beneficia, ya que el mercado asiático Shanghái demanda cacao fino de aroma de Ecuador

Productos Dilema: este producto es el que ocupa una posición en el mercado pequeña, pero que a su vez compiten en una industria de gran crecimiento, es decir que tiene menos participación y un gran crecimiento del mercado. En general, estos productos necesitan de mucha promoción, en si generan poco efectivo y sus exportaciones son mínimas.

Comúnmente para estos productos se utiliza estrategias intensivas como por ejemplo: penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto.

Productos Estrellas: el producto estrella es una gran oportunidad para el desarrollo, crecimiento y rentabilidad a largo plazo. Esto beneficia al mercado, ya que tendría una tasa elevada de crecimiento para la industria. Este tipo de producto debería atraer inversionistas para conservar sus posiciones dominantes, es decir, realizar eventos de

promoción para que conozcan el producto y penetración en el mercado, desarrollando el producto.

Tabla 2.6 Productos Potenciales hacia China

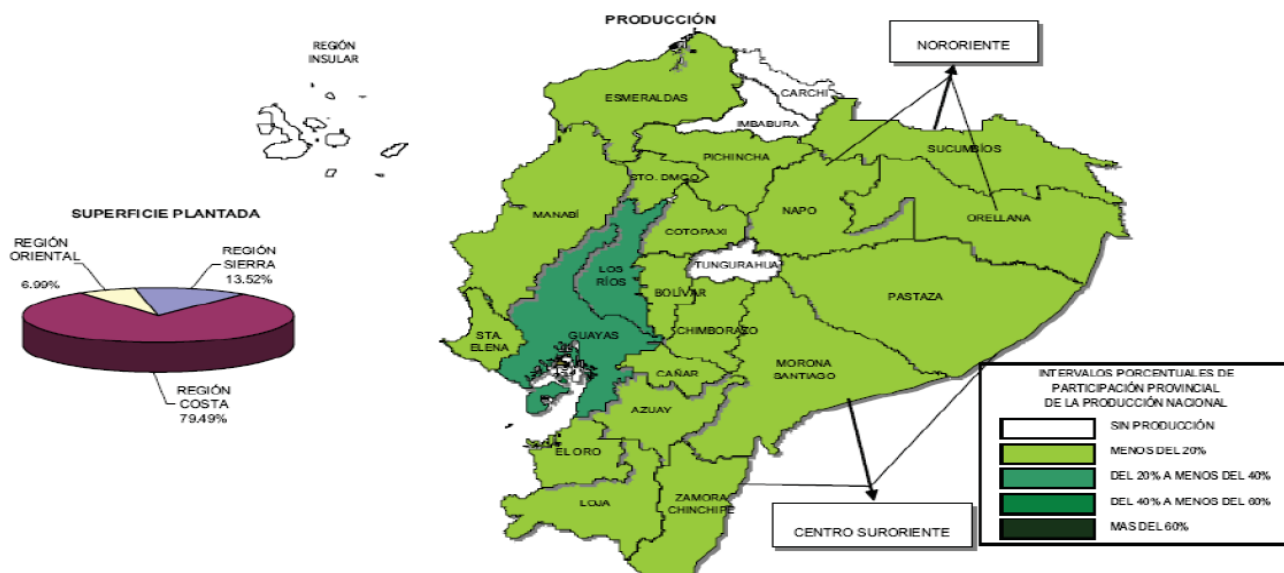
Subpartida	Descripción	Valoración
2401.10	Tabaco sin desvenar o desnervar	Dilemas
0902.40	Té negro fermentado y te parcialmente fermentado	Dilemas
0910.10	Jengibre	Dilemas
6307.90	Los demás, artículos confeccionados	Dilemas
6116.91	Los demás guantes de punto de lana o de pelo fino	Dilemas
1801.00	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	Estrellas
8411.99	Las demás turbinas de gas, partes y piezas	Estrellas
2008.91	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol	Estrellas
0811.90	Otras frutas congeladas	Estrellas
0306.13	Camarones, langostinos, quisquillas	Estrellas
0710.80	Las demás legumbres y hortalizas	Estrellas

Fuente: Universidad Católica de Guayaquil, Año 2013

Como se observa en la tabla, el cacao en grano es muy bien recibido en el mercado chino está dentro de los productos potenciales y será rentable a largo tiempo en nuestro país, como también observamos también otros productos estrellas como camarón, langostino, frutas congeladas etc.

Ecuador tiene productos con aceptación en el mercado chino, todo exportador debe conocer la forma de venta y costumbre del comprador para que sea viable a la hora de comerciar el producto.

Imagen 2.9 Mapa de Cacao en diferentes ciudades de Ecuador



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Encuesta de Superficie y Producción

Como se muestra en el siguiente gráfico, la región que concentra la mayor superficie cosechada de cacao es la región Costa en Ecuador, que en el 2009 registro el 80% de la superficie total a nivel nacional. Las provincias que cuentan con una mayor superficie cosechada de cacao son Manabí, Los Ríos y Guayas, también tiene una participación Esmeraldas, el Nororiente, El Oro. Las principales provincias de la región Sierra que cultivan cacao son Cotopaxi, Bolívar, Cañar, pero menor participación en la zona costera.

2.6 Exportación por Grupo

Según la Universidad Técnica de Babahoyo, se menciona varias subpartidas dentro del sector del cacaotero y elaborados, donde se registran exportaciones, y en las cuales la que sobresale en el comercio exterior son: el cacao en grano, que es el producto más exportado dentro del sector, con una TCPA⁷ del 12% en los períodos del 2007-2012.

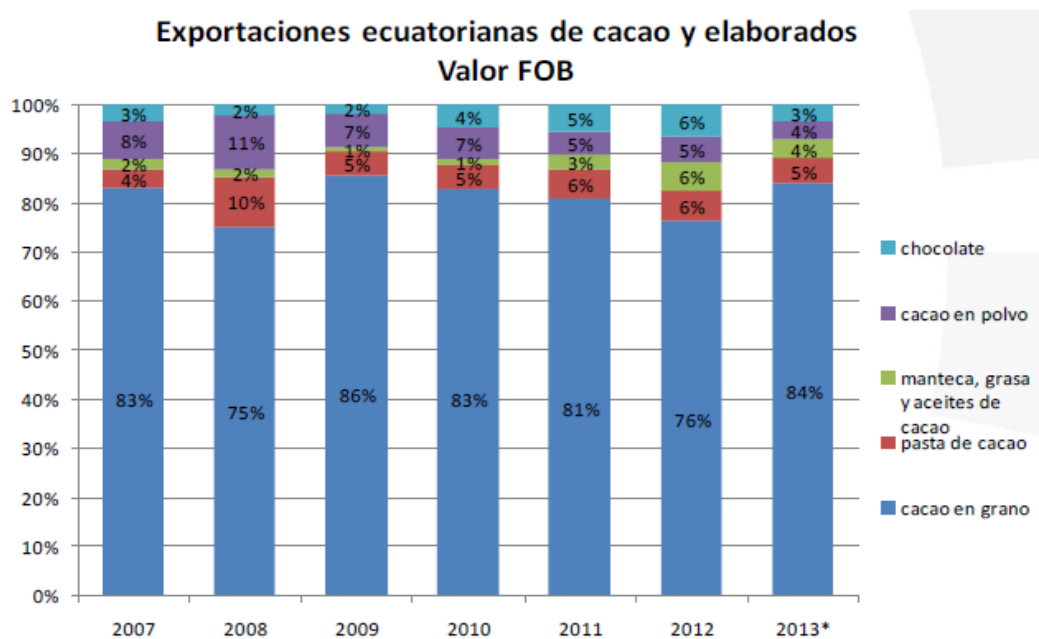
(Universidad Técnica de Babahoyo, 2014) En ese período el cacao en polvo sin adición de azúcar registró una TCPA del 29% con una participación en las exportaciones de todo

el sector cacaotero del 6.50%, otro de los productos es el chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, presentando una TCPA del 96.08%.

Según la Universidad Técnica de Babahoyo, en ciertos productos se ha notado un mayor crecimiento en las exportaciones y analizado los resultados son: la pasta de cacao desgrasada total o parcialmente y manteca de cacao con un índice de acidez con una TCPA del 192.38% y del 113.73%, respectivamente.

En este gráfico el sector de cacao y sus elaborados ecuatorianos en el periodo de los últimos años con sus participaciones en las exportaciones del sector cacaotero.

Gráfico 2.4 Exportación del Sector de Cacao Ecuatoriano



Fuente: Banco Central del Ecuador BCE, hasta Abril 2013

⁷TCPA: Tasa de Crecimiento Promedio Anual

Con respecto al volumen de exportaciones en el sector del cacao en grano, es considerado como el principal producto exportado por Ecuador hacia el mundo, registrando así una TCPA positiva durante los años 2007-2012, y con una intervención en el volumen exportado en el 2010 de 85.406%. En los productos que se ha registrado una mayor TCPA con respecto a las exportaciones del sector cacaotero se incluyen a la pasta de cacao, manteca, grasas y aceites de cacao con el 27.5% y el 19%.

2.7 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas de cacao

(Pro Ecuador, 2013) Unos de los países de destinos principales de las exportaciones de cacao y sus elaborados son: EEUU que tiene una participación al 2012 del 26%, Holanda con una participación del 10%, Malasia con una participación del 9% y un crecimiento en el período analizado del 407%, México con una participación del 8% y una tasa promedio anual de crecimiento de 8%, Alemania con participación del 8% y un crecimiento promedio del 10%, Brasil con participación del 7% y crecimiento promedio anual del 40%, y el país vecino Colombia con un descenso en sus exportaciones en el último periodo y con una participación del 5% en el año 2012, China con crecimiento anual promedio del 227% y una participación del 3%, España con un crecimiento anual promedio del 39% y una participación del 3%.

Tabla 2.7 Principales Países Destino de las Exportaciones de Cacao y Elaborados

PRINCIPALES PAISES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y ELABORADOS								
Miles USD FOB								
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA (2008-2012)	%Participación (2012)
ESTADOS UNIDOS	114,997	175,399	88,729	232,555	129,936	52,625	3.10%	26.16%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	48,140	68,153	92,832	67,402	47,867	20,321	-0.14%	9.64%
MALASIA	64	460	1,201	0	42,197	27,916	407.47%	8.50%
MEXICO	29,667	26,236	54,145	54,715	40,762	18,699	8.27%	8.21%
ALEMANIA	25,485	45,836	38,860	71,243	37,445	21,120	10.10%	7.54%
BRASIL	8,674	7,999	9,628	23,646	33,449	14,618	40.13%	6.74%
COLOMBIA	30,822	22,777	34,605	34,419	22,604	6,084	-7.46%	4.55%
CHINA	140	56	93	5,685	15,971	2,288	227.08%	3.22%
ESPAÑA	4,128	4,497	10,744	12,104	15,339	3,219	38.84%	3.09%
PERU	12,678	6,574	8,600	8,938	14,689	4,239	3.75%	2.96%
ARGENTINA	6,271	7,934	7,625	13,854	14,647	3,334	23.62%	2.95%
CHILE	6,797	8,371	14,435	17,605	13,937	4,704	19.66%	2.81%
JAPON	10,435	12,017	13,770	15,190	12,237	3,523	4.06%	2.46%
CANADA	1,330	928	229	248	9,397	7,605	63.05%	1.89%
ITALIA	13,532	12,910	13,059	10,695	9,352	5,270	-8.82%	1.88%
BELGICA	6,979	17,088	41,319	25,426	7,474	3,302	1.73%	1.50%
VENEZUELA	1,022	1,121	3,350	13,155	7,310	1,100	63.52%	1.47%
OTROS	26,373	21,439	31,622	25,831	22,013	10,732	-4.42%	4.43%
TOTAL	347,536	439,793	464,845	632,710	496,627	210,699	9.33%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE, Año 2013

Grafico 2.5 Principales Exportadores de Cacao y Elaborados

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CACAO Y ELABORADOS									
Miles USD FOB									
PARTIDA	DESCRIPCION	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA (2008-2012)	%Participación (2012)
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	216,457	342,633	349,920	473,303	345,122	158,031	12.37%	69.49%
1704.90.10.00	BOMBONES, CARAMELOS, CONFITES Y PASTILLAS	30,927	21,747	23,738	29,549	29,588	12,090	-1.10%	5.96%
1805.00.00.00	CACAO EN POLVO SIN ADICIÓN DE AZÚCAR NI OTRO EDULCORANTE	5,966	7,495	18,911	31,562	29,417	6,878	49.01%	5.92%
1806.90.00.00	LOS DEMÁS CHOCOLATES Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO	600	532	1,644	15,534	24,105	7,887	151.78%	4.85%
1803.10.00.00	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	29,074	18,990	18,335	30,040	20,122	9,027	-8.79%	4.05%
1804.00.12.00	MANTECA DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO ENTRE 1% Y 1.65%	31,231	26,238	28,084	25,501	17,681	6,381	-13.26%	3.56%
1704.10.10.00	CHICLES Y DEMÁS GOMAS DE MASCAR RECUBIERTOS DE AZÚCAR	23,437	13,559	12,851	11,706	10,599	3,551	-18.00%	2.13%
1803.20.00.00	PASTA DE CACAO DESGRASADA TOTAL O PARCIALMENTE	303	793	2,967	3,104	6,986	1,114	119.05%	1.41%
1804.00.11.00	MANTECA DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO INFERIOR O IGUAL A 1%	264	6	0	2,224	5,695	1,129	115.61%	1.15%
1704.10.90.00	CHICLES Y DEMÁS GOMAS DE MASCAR, EXCEPTO RECUBIERTOS DE AZÚCAR	4,502	3,741	4,518	5,737	4,088	1,298	-2.38%	0.82%
1806.31.90.00	LOS DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO, EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS, RELLENOS, LOS DEMÁS	1,666	1,219	1,208	1,161	919	0	-13.83%	0.19%
1806.32.00.00	LOS DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO, EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS, SIN RELLENAR	1,392	1,154	1,006	1,324	903	129	-10.26%	0.18%
1802.00.00.00	CÁSCARA, PELÍCULAS Y DEMÁS RESIDUOS DE CACAO	183	332	210	289	448	196	25.10%	0.09%
1804.00.20.00	GRASA Y ACEITE DE CACAO	277	237	224	223	290	216	1.20%	0.06%
1806.20.90.00	LAS DEMÁS PREPARACIONES, EN BLOQUES TABLETAS O BARRAS CON PESO SUPERIOR A 2 KG O EN FORMA LÍQUIDA, PASTOSA O EN POLVO, GRÁNULOS O FORMAS SIMILARES, EN RECIPIENTES O ENVASES INMEDIATOS CON UN CONTENIDO SUPERIOR A 2 KG, LOS DEMÁS	535	503	178	339	197	82	-22.14%	0.04%
1704.90.90.00	LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE CONFITERIA SIN CACAO, EXCEPTO CHICLES Y GOMAS DE MASCAR	421	415	527	442	195	47	-17.48%	0.04%
1801.00.20.00	CACAO EN GRANO, TOSTADO	30	15	280	267	95	2,335	33.91%	0.02%
1801.00.11.00	CACAO EN GRANO CRUDO PARA SIEMBRA	25	0	0	303	89	34	37.96%	0.02%
1806.10.00.00	CACAO EN POLVO CON ADICIÓN DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE	153	132	46	65	65	92	-19.36%	0.01%
1806.31.10.00	LOS DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO, EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS, RELLENOS, SIN ADICIÓN DE AZÚCAR, NI OTROS EDULCORANTES	54	11	0	13	19	0	-22.96%	0.00%
1806.20.10.00	LAS DEMÁS PREPARACIONES, EN BLOQUES TABLETAS O BARRAS CON PESO SUPERIOR A 2 KG O EN FORMA LÍQUIDA, PASTOSA O EN POLVO, GRÁNULOS O FORMAS SIMILARES, EN RECIPIENTES O ENVASES INMEDIATOS CON UN CONTENIDO SUPERIOR A 2 KG, SIN ADICIÓN DE AZÚCAR, NI OTROS EDULCORANTES	41	40	198	22	5	2	-40.64%	0.00%
1806.31.00.00	LOS DEMÁS, EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS, RELLENOS	0	0	0	0	0	180	-	0.00%
1804.00.13.00	MANTECA DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO SUPERIOR A 1.65%	0	1	0	0	0	0	-	0.00%
TOTAL		347,536	439,793	464,845	632,710	496,627	210,699	6.74%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE, Año 2013

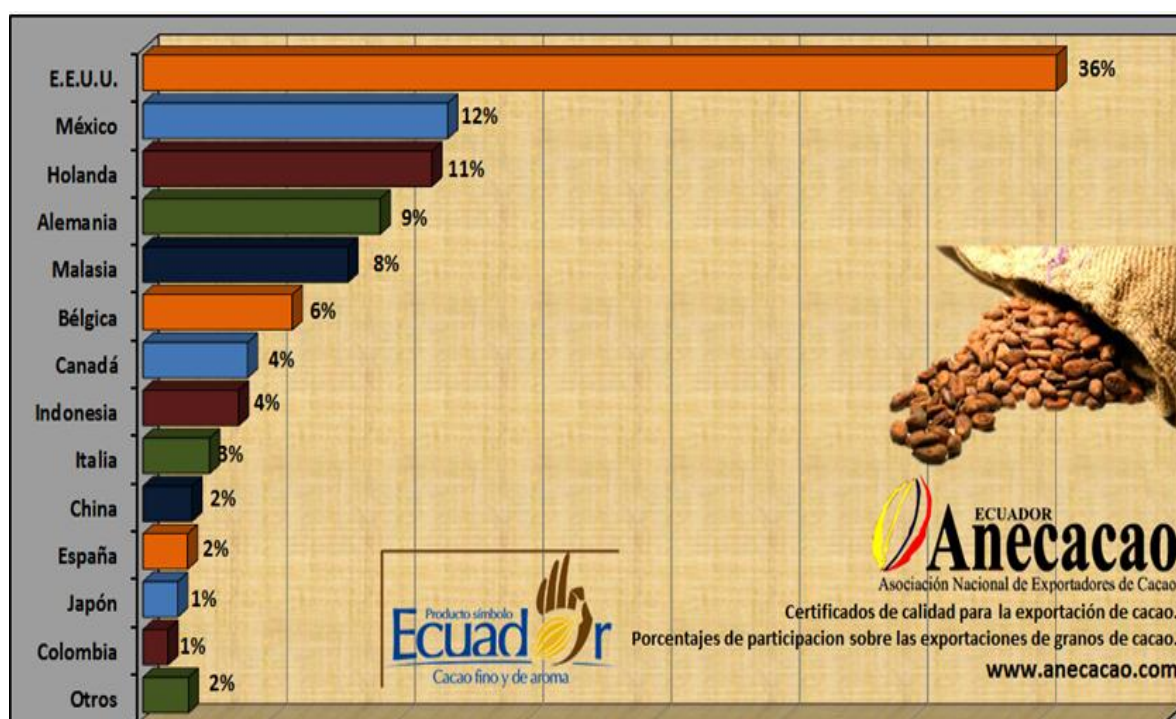
2.8 Principales Países Exportadores de Cacao en grano

(Anecacao, 2013) EEUU es uno de los principales socios comerciales para las exportaciones de cacao en grano del Ecuador, con un 36% de la participación total,

seguido por la república Mexicana y Holanda con un 12% y 11% respectivamente, Alemania con 9%, Malasia 8%, Bélgica 6%, Canadá e Indonesia con el 4%, Italia 3%, China 2%, Japón y Colombia 1%,

Cabe destacar que el mercado Asiático como Shanghái en China muestra crecientes variaciones de participación anual, lo que afirma la incursión del Ecuador en importantes mercados en expansión dentro de la industria de cacao

Tabla 2.8 Elaboraciones de Cacao Ecuatoriano tasa de Crecimiento



Fuente: Anecacao, año 2013

2.9 Productos, marcas, precios y empresas líderes en el mercado

(Pro Ecuador, 2013) Los precios del cacao declinaron a 60,59 USD / TM o 2.60% durante los últimos 12 meses en los años 2008 y 2012. Históricamente, desde 1959 hasta 2013, este producto promedió 1,554.8 USD / TM, alcanzando un máximo histórico de 5368,0

USD / TM, precio de exportador, en julio de 1977 y un récord bajo de 211,0 USD / TM en julio de 1965.

De acuerdo a la Organización Mundial del Cacao - ICCO, se muestra en la tabla a continuación, los precios promedio mensuales de cacao en grano del presente año.

Tabla 2.9 Precios Promedios Mensuales de Cacao en Grano por TM

PRECIO PROMEDIO MENSUAL DE CACAO EN GRANO		
AÑO 2013		
ENERO	\$	2,275.44
FEBRERO	\$	2,197.70
MARZO	\$	2,153.36
ABRIL	\$	2,294.49
MAYO	\$	2,345.73
JUNIO	\$	2,283.58

Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Por otra parte, en la tabla siguiente, se presentan los precios promedio de cacao en grano y semielaborados por tipo.

Tabla 2.10 Precios Mínimos referenciales FOB de Cacao

PRECIOS MINIMOS REFERENCIALES FOB DE CACAO Y SEMIELABORADOS	
SEMANA 4 A 8 JULIO 2013	
Calidad/Presentación	US\$/45.36 kg
CACAO CCN 51	92.99
CACAO ASE	92.99
CACAO ASS	99.03
CACAO ASSS	101.82
CACAO ASSPS	106.94
MANTECA	204.27
MANTECA RESIDUAL, TIPO EXPPELLER	153.2
LICOR O PASTA	105.02
CHOCOLATE NO EDULCORADO AMARGO O SIMILARES	105.02
TORTA	12.99
TORTA RESIDUAL, TIPO EXPPELLER	1.3
POLVO	15.11

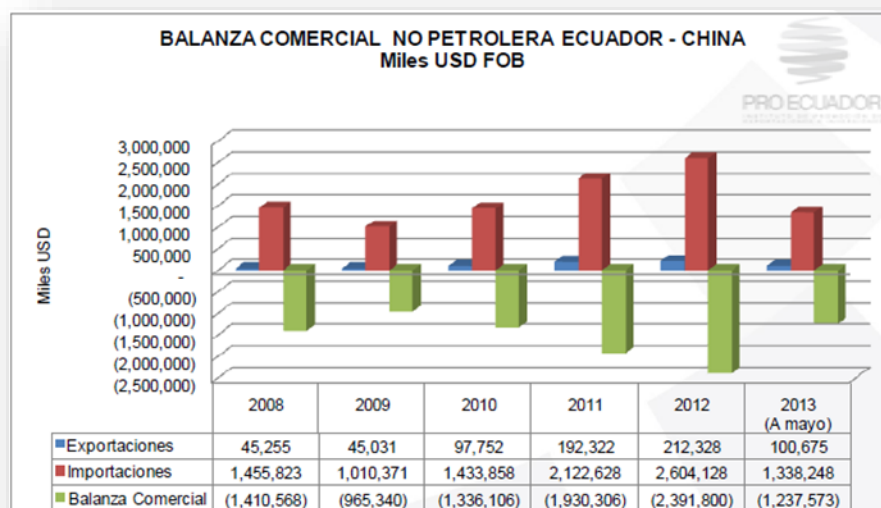
Fuente: Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador – ANECACAO

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

CCN51: es una variedad (clon) creada en el Ecuador que significa “Colección Castro Naranjal” A.S.E.: Arriba Superior Época A.S.S.: Arriba Superior Selecto A.S.S.S: Arriba superior Summer Selecto A.S.S.P.S: Arriba Superior Summer Plantación selecta.

2.10 El Sector Externo Chino (Relaciones comerciales del país, exportaciones, importaciones, comercio bilateral)

Gráfico 2.6 Balanza Comercial Bilateral



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

2.11 Principales Actividades de Promoción de Exportaciones

Ecuador ha llevado muchas series de reformas, una de ellas es la modernización, con respecto a la administración y parte legal, con el fin de expandir la economía hacia el mercado internacional pudiendo así incrementar la eficiencia en las actividades productivas, estimulando las intervenciones del estado en lo que se refiere a la economía para poder fortalecer los sectores productivos no tradicionales.

(Indicadores Económicos, 2014) Ecuador en su actualidad, se sostiene con la moneda del dólar, queriendo así el crecimiento económico del país, Ecuador trata de lograr significativamente su estabilidad económica, en el desarrollo, inicios de nuevos mercados,

tratando el arreglo del sistema financiero, el ordenamiento del estado y en tratar dar la capacidad económica a los individuos, es decir la solución a todo lo que ha causado la reactivación productiva.

El Sistema Financiero Internacional ha permitido a Ecuador la obtención de créditos internacionales, beneficiando al país de esta manera para el sector productivo. Estos recursos se han orientado a Ecuador con éxito a través de la Corporación Financiera Nacional.

Ecuador es favorecido ya que empezó a desarrollar un espacioso programa dirigido a restablecer el equilibrio macroeconómico, manteniendo así una economía sólida. Estas medidas que se adoptaron están logrando resultados positivos dando así a Ecuador bases suficientes para alcanzar un crecimiento sostenido.

Tabla 2.11 Indicadores Económicos de Ecuador

Deuda Externa Pública como % del PIB (Septiembre 2013):	13.90%
✓ Inflación Anual (Nov-2014/ Nov-2013):	3.76%
✓ Inflación Mensual (Noviembre-30-2014):	0.18%
✓ Tasa de Desempleo a Septiembre 30-2014:	4.65%
✓ Tasa de Interés activa (Diciembre/14):	8.19%
✓ Tasa de Interés pasiva(Diciembre-2014):	5.18%
✓ Barril Petróleo (WTI 31- Ago-14):	95.96
✓ Índice DOW Jones (01-Sep-2014):	USD17089.45
✓ Riesgo País (05-Nov-2014):	546.00

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE, Año 2014

El país de Ecuador en similitud con los países de Latinoamérica, logró el establecimiento de un marco moderno y especializado, favoreciendo al comercio, este se basa en la promulgación de la ley de Comercio Exterior e Inversiones por el cual se instituyó el Comité de Comercio Exterior e Inversiones (COMEX).

El consejo conformado por el Presidente de la República, representantes permanentes, quien lo dirige los Ministros de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca; Finanzas y Crédito Público; Relaciones Exteriores; Agricultura y Ganadería; y Turismo; el Presidente de la Federación Ecuatoriana de Exportadores; el de la Federación Nacional de Cámaras de Industrias del Ecuador o su representante; el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras del Ecuador; el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Agricultura del Ecuador y un delegado de los sectores Agropecuario, Acuicultor y Pesquero y de Productos de Exportación a nivel Nacional.

En el párrafo anterior se detalló describiendo que existe una adecuada organización entre los sectores públicos y privado, todos estos sectores son regulados con un ordenamiento legal. El COMEX en si es un foro de concertación de políticas de comercio exterior e inversiones.

Su misión es desarrollar productos innovadores y soluciones integrales que brinden el apoyo necesario para realizar proyectos y alcanzar metas, contribuyendo así a que la vida sea más fácil y gratificante siempre velando por el progreso de sociedad.

2.12 Ventajas del Comercio Internacional

El comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

- Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos
- Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)

- Otorgan equilibrio entre la escasez y el exceso.
- Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.
- Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos: comerciales, financieros y fiscales.

2.10.1 Ventaja Comparativa

- Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.

Los gobiernos prestan apoyo comercial a sus exportadores ofreciéndoles facilidades administrativas, servicios de información y asesoramiento e incluso promocionando directamente los productos originados en el país mediante publicidad, exposiciones y ferias internacionales.

Las ayudas financieras a la exportación son principalmente los préstamos y créditos a la exportación, estos préstamos lo otorga el CFN (Corporación Financiera Nacional) frecuentemente con tipos de interés muy bajo, y los seguros gubernamentales que cubren los riesgos empresariales, incluso, el riesgo derivado de perturbaciones políticas o bélicas. Entre las ayudas financieras hay que incluir las medidas de tipo monetario que actúan sobre el tipo de cambio haciendo que los productos nacionales resulten más baratos en el extranjero.

Los instrumentos fiscales consisten en las desgravaciones fiscales, la devolución de impuestos y las subvenciones directas. Estos instrumentos son los menos aceptados internacionalmente ya que pueden conducir a situaciones de dumping, a que el producto se venda en el extranjero a un precio inferior al nacional e incluso a precios inferiores a su coste.

2.13 Relaciones Bilaterales entre Ecuador y China

(Entendimientos Bilaterales, 2011) La Embajada de Ecuador en la República Popular China cuyo Embajador del Ecuador es José M. Borja L. y el Presidente de China Xi Jinping, está afianzando la relación de los dos países por medio de la labor conjunta de Cooperación al Desarrollo en distintos ámbitos como son: políticos, comerciales, financieros, inversión, cultural, educación, ciencia y tecnología, de capacitación y asistencia técnica. Se nombra ciertas relaciones a continuación:

(Universidad Católica de Guayaquil) Para conseguir los esfuerzos en las relaciones bilaterales con China y Ecuador tenemos los siguientes resultados, que favorecerán a Ecuador:

- ✓ Reconocer ciertos temas adicionales en los ámbitos político-diplomáticos; promoviendo e intensificando las relaciones comerciales; penetrando la cooperación bilateral, trabajando de manera conjunta en cuestiones de movilidad humana.
- ✓ Favorecer la inversión de China en los sectores estratégicos y productivos de la sociedad ecuatoriana en su conjunto.
- ✓ Promover las exportaciones de productos ecuatorianos hacia el mercado chino.
- ✓ Incluir a las pequeñas y medianas empresas, sector artesanal y las PYMES con el comercial bilateral
- ✓ Participar en el ámbito de la ciencia y tecnología, con el fin de situar segmentos para el intercambio real de experiencias.
- ✓ Incrementar los intercambios bilaterales a nivel cultural y de educación.

- ✓ Ampliar los acuerdos financieros bilaterales promoviendo en si el desarrollo de ambos países.
- ✓ Incorporar las áreas sociales como por ejemplo de salud, vivienda y cuestiones laborales en la nueva agenda bilateral.
- ✓ En el ámbito multilateral, compartir las experiencias y el conocimiento adquirido por parte del Ecuador en los procesos de integración en la región latinoamericana, principalmente en lo que respecta a la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América – Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN).
- ✓ Trabajar y crear simultáneamente con China en temas de interés mutuo como la agenda multilateral y la nueva estructura financiera internacional.

2.14 Análisis de la Demanda del Cacao en el Mercado Chino

(Sector Cacaco, 2013) Ecuador cuenta con una superficie aproximada de 280.800 hectáreas cultivadas de cacao. Mientras que China tiene una amplia diversidad de cultivos, pese a que el área cultivada representa menos del 13% del total, pero existe un cultivo que no ha podido ser desarrollado pese a los intentos que se hicieron por motivos del clima en Shanghái, que es el cacao. Y por lo tanto, sus necesidades tienen que ser satisfechas importando el producto. Observando los datos económicos y demográficos del país, de su capacidad productiva industrial, todo apunta a un enorme potencial para hacer negocios con China.

La irrupción de la actual crisis económica mundial, ha supuesto que los países occidentales hayan comenzado a mirar a China ya no sólo como la fábrica del mundo sino como un gigantesco mercado lleno de oportunidades para sus productos.

(Pro Ecuador, 2014) Según cifras de la Aduana, China, durante los últimos tres años las importaciones de cacao en grano sin distingo de procedencia se han mantenido dentro de una franja de 30 a 40 mil toneladas anuales, pero en el año 2013 las cifras aumentaron a 48 mil y 49 mil toneladas métricas anuales.

Tabla 2.12 Importaciones Mundiales de Cacao en Grano

CACAO EN GRANO	
HS 1801 - TN	
1 Holanda	622,282
2 Estados Unidos	445,203
3 Alemania	292,397
4 Malasia	264,856
5 Bélgica	250,454
6 Francia	121,995
7 España	102,664
14 China	48,943

Fuente: Estadísticas TradeMap, 2014

Tabla 2.13 Principales Proveedores de Cacao en grano a China

PRINCIPALES PROVEEDORES DE CACAO EN GRANO DE CHINA 2013					
1801	País	Total TN	Total USD CIF	% Total TN	% Total CIF
1	Ghana	22,237	49,434,420	45%	44%
2	Indonesia	8,972	20,612,396	18%	18%
3	Costa de Marfil	7,330	17,765,762	15%	16%
4	Ecuador	7,001	10,060,977	9%	10%
5	Camerún	2,605	6,215,101	5%	5%

Fuente: Aduana China

(Pro Ecuador, 2014) Tradicionalmente los países a quienes China compra cacao en grano están en África, con Ghana o Costa de Marfil a la cabeza de un grupo de varios países africanos. También importa de Indonesia en el sureste de Asia y de Papúa Nueva Guinea en Oceanía. Ningún país del continente americano, de donde el cacao es originario, ha sido proveedor tradicional de cacao, aunque ocasionalmente se hicieron compras de Ecuador durante el año 2000. Sin embargo, a partir del 2011, nuestro país está realizando frecuentes ventas del grano a China y puede decirse que su estatus de proveedor esporádico está cambiando a la categoría de estable.

Cifras chinas en el año 2011, se importó de Ecuador la no despreciable cantidad de 1.500 toneladas por 5,1 millones de dólares, que aunque representa apenas un 4% del volumen total de cacao en grano comprado por el continente asiático ese año, significó un aumento considerable de volumen frente a la anterior compra de Ecuador (450 toneladas) ocurrida años antes.

Cifras chinas en el 2012, indican que la cantidad de cacao adquirida en Ecuador subió a 6.103 toneladas por \$15,7 millones de dólares y con ello Ecuador se convirtió en el tercer proveedor del grano a China, adelantado por Indonesia con un volumen algo superior (6.793 toneladas) y Ghana con 12.136 toneladas métricas de cacao.

(Pro Ecuador, 2013) Cuando se refiere a gustos y preferencias, los chinos comen normalmente sano, sus gustos culinario y su tradición de copiosas comidas para reuniones de negocios y de familia es sorprendente, el 60% del mercado corresponda al sector de restaurantes y estos han crecido más del 15% durante los últimos tres años. La venta al por menor de comidas rápidas es de \$11,300 millones, a los asiáticos les gusta toda clase de verdura, pescados, carne de res, pero en cuanto a dulce se trata sin dudar prefieren los chocolates, las razones por las cuales el cacao ecuatoriano es muy apetecido en países consumidores y que producen chocolates finos, está siendo considerado en China y son varias. (Chinese Government's Oficial, 2013) Una es que la moneda china, el renminbi, se ha apreciado un 25% en relación al dólar desde que las autoridades

monetarias del país decidieron años atrás abandonar la fijación de su moneda al dólar como patrón de paridad cambiaria. Otra es la reducción arancelaria para el cacao en grano de la cual se han beneficiado todos los países a quienes China compra. Antes del año 2008, el arancel era 8%, luego bajó al 4% y desde hace pocos años se fijó en 2% (los países del Sudeste asiático, como Indonesia, pueden exportar a China cacao en grano con cero arancel en virtud de un tratado de libre comercio y ciertos países africanos, catalogados como los menos desarrollados, también. Ghana y Costa de Marfil pagan 2% como Ecuador)

Su fino aroma ha contribuido también a que las empresas chinas que compran el cacao, se fijan en él, pese a que una muy considerable porción de la manteca y licor obtenidos durante su procesamiento no se queda en China para elaborar chocolates sino que se exporta.

Y esa porción de manteca y licor que se exporta luego del procesamiento del cacao, y también el de otras procedencias, es posiblemente mayor al 60%.

Eso significa que es más fácil comer en China una galleta de chocolate que usa polvo de cacao, que un chocolate elaborado con manteca o licor de cacao (el polvo de cacao del procesamiento del grano en su mayoría se usa localmente). Los acercamientos con importadores y gremios por parte de las oficinas comerciales del país, en China también han contribuido a que la exposición del cacao ecuatoriano aumente.

(Anecacao, 2013) Ecuador tiene en China un mercado de gran potencial para su cacao en grano y sus elaborados de cacao. Las importaciones de manteca, pasta y polvo de cacao, en las cuales el país es proveedor ocasional en el rubro de pasta, crecen a un ritmo mayor que las de grano.

El mercado de chocolates y productos con ese sabor crece por lo menos 10% al año, aunque los fabricantes no producen, en general, chocolates para el segmento alto. Pero

ese segmento va a ir creciendo y con él las oportunidades para el cacao ecuatoriano y sus elaborados.

2.15 China

Imagen 2.10 China



Fuente: Sirca Ecuador , Año 2013

Según el Instituto Geográfico Militar (2013), China cuenta con una superficie total de aproximadamente 9,6 millones de kilómetros cuadrados, y con una población de 1'360,763,000 la República Popular China es el cuarto país más grande del mundo en cuanto a extensión territorial, tras Rusia, Canadá y los Estados Unidos.

Gran parte de la población en China es rural debido a que predomina la agricultura y esta a su vez es considerada como la principal en recursos de subsistencia, un 47% es de la población urbana según los últimos datos del 2010. Se calcula que el año 2035 el 70% de la población vivirá en las áreas urbanas, esto se debe a la migración. Su dialecto es el

idioma wu o llamado shanghainés es la segunda lengua en China más hablada después del mandarín

China está dividido en varias provincias, en regiones autónomas y municipios que son directamente subordinados al Gobierno Central. Por el momento, China está dividida en veintitrés provincias, cinco regiones autónomas, cuatro municipios directamente subordinados al poder central y dos regiones administrativas especiales.

Imagen 2.11 Chocolates elaborados con cacao ecuatoriano



Fuente: Pro Ecuador – Año 2013

Poco a poco el país se ha ido convirtiendo en una superpotencia mundial, factor que se ha incrementado en los últimos 20 años. A pesar de la crisis económica actual, China es la única economía importante que sigue creciendo con fuerza en el mundo.

2.16 Organización administrativa, económica y territorial del estado chino

(Pro Ecuador, 2013) La República Popular China se articula oficialmente en tres niveles:

- A nivel provincial el país se divide en 23 provincias, 5 regiones autónomas, 4 municipios bajo jurisdicción central (o municipalidades), y 2 regiones administrativas especiales.
- A nivel distrital, las provincias y regiones autónomas chinas se dividen en prefecturas autónomas, distritos, distritos autónomos y ciudades.

- A nivel cantonal, los distritos y distritos autónomos chinos se reparten en cantones, cantones de minorías étnicas y poblados.

Según el Buro Nacional de Estadística (BNE) la economía de China creció un 7.7% del PIB en el 2013 respecto al año 2012, el año 2013 superó la cifra esperada por los mercados establecido por el mercado chino.

2.16.1 Agrícolas y de consumo

(Pro Ecuador, 2013) China en la actualidad se considera el país con mayor población a nivel mundial y uno de los más extensos productores y consumidores de productos agrícolas. Es conocido como un sector tradicional, es intenso en la mano de obra, y en el que se está introduciendo la maquinaria como vía de aumento de la productividad. Uno de los productos primordiales se encuentran el: trigo, papa, maní, maíz té, mijo, cebada, manzana, algodón, pescado, oleaginosas, carne de cerdo, arroz

En los postreros años, China se ha dedicado a la promoción de la industrialización agrícola, considerada como una parte principal para el programa nacional y de esa manera mejorar la competitividad internacional de la agricultura china, mientras que la ganadería sigue siendo importante para la agricultura, con un 35%.

La más grande concentración se está dando en etapas del norte y noroeste del país, donde existe la mayoría del ganado bovino y ovino, mientras que los pastos amplios se localizan principalmente en Mongolia Interior, Tibet y Xinjiang. Siendo así que el mayor productor mundial es la cabaña de porcino en China, esta cabaña está criada en pequeñas explotaciones por todo el país, al igual que la cría de aves de corral.

En lo que se refiere a las industrias de mucho consumo, se considera a este país como uno de los primeros productores de electrodomésticos en la sección de gama blanca, con un tercio de la producción mundial, así como de televisiones con el 23% de la producción mundial y con una producción anual de 90 millones de unidades, lo que se considera un incremento en la producción de China en un 6%.

2.17 Negociar con Chinos.

- ✚ (América Economía, 2012) A la hora de negociar con la República Popular China es importante estar conscientes de que existen ciertas diferencias culturales que no se dejan pasar. Estando abiertos a una nueva perspectiva y a un estilo diferente para hacer negocios al occidental al que ese está acostumbrado comenzará con pie derecho.
- ✚ Debe ser muy puntual para empezar con buen pie sus relaciones en China. Como siempre en estos casos, lo mejor es llegar con una cierta antelación, siempre es mejor llegar un poco antes que un poco después, dejando de lado la costumbre de iniciar los eventos más tarde de la hora asignada.
- ✚ Es importante dar un detalle como una señal de amistad, esto hará que las negociaciones inicien de muy buena manera. No se trata de llegar con una caja de vinos y regalarle una botella igual a todos, sino que se debe respetar la diferencia de jerarquía. El regalo para el jefe debe ser distinto del que se le dá al empleado, porque las jerarquías en China deben respetarse.
- ✚ Los chinos acostumbran a hacer preguntas personales para conocer la persona con la que están negociando, estas preguntas deben ser respondidas sin alguna reacción de incomodidad, con buen humor y sin darles mucha importancia, si la pregunta que se le ha realizado le incomoda, puede responder de una manera muy generalizada y corta, esto no representa problemas.
- ✚ En cuanto al lado de los chinos, no es recomendable que usted realice las mismas preguntas personales ya que ellos no suelen hablar de sus intimidades o detalles personales. Una manera de hacer una pregunta cortés que muestre interés es hacer alusión a algo que les afecte directamente como su familia, o el clima, jamás sobre política.

⁸Tian'anmen 1989: masacre de jóvenes por liderar marchas en contra del Partido Comunista

- ✚ No hablar de política y evitar temas sociales o de historia que son incómodos para los chinos, como la ocupación del Tíbet, la independencia de Taiwán y mucho menos la represión de la plaza de Tian'anmen de 1989.

2.18 Planeación Estratégica

(Colón D. 2009) La gran mayoría de nuevas empresas cierran antes de cumplir los cinco años de operaciones; en mucho de estos casos en que han cerrado es porque no han tenido una clara idea de quiénes eran y dónde iban como organización, o lo más simple no conocer a su cliente.

La principal causa para que se generen problemas que puedan llevar a un “fallecimiento empresarial apresurado” sería la falta de un plan claro e integral que establezca una dirección a seguir. De hecho en algunas empresas llegan a ser acontecimientos emprendedores del tipo prueba y error; que trabajan y existen sin una función definida tomando otros negocios solo con el anhelo de vender.

Exactamente solo sobreviven mientras los dueños tengan capital o logren obtener préstamos, porque sencillamente no generan ganancias y en algunos casos presentan únicamente costos o pérdidas.

(Colón D. 2009) La planeación estratégica lo que busca es ayudar a la organización a establecer un plan para llegar a donde desee estar en el futuro y a que negocios se debe dedicar para alcanzarlo; en base a la situación en que se encuentra actualmente y al desarrollo y ejecución de estrategias a largo, mediano y corto plazo. Así utilizará más eficientemente los recursos con que cuenta, disminuyendo de esta forma el riesgo de fracaso a largo plazo.

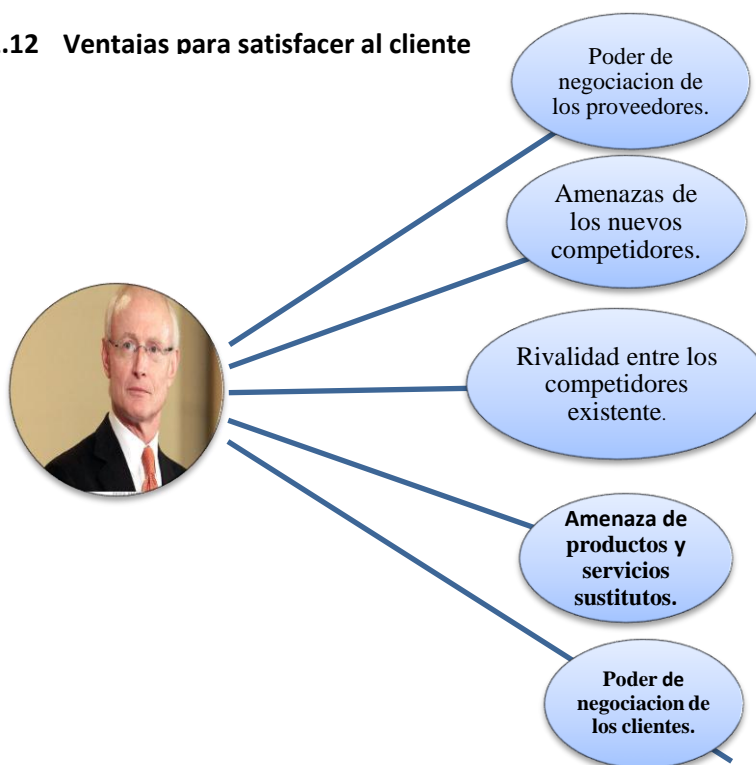
(Sainz de Vicuña, 2004) Algo importante de resaltar es que una empresa hace negocios para generar ganancias, para esto puede dedicarse a varios de ellos; existen algunos modelos colectivo conocidos como grados de diversificación, estos se refieren a la cantidad de segmento de mercado atendidos por la empresa, pueden ir desde el ramo único hasta los que manejan negocios con ramos totalmente distintivo unos de otros, llamados conglomerados.

(América Economía, 2012) Una empresa puede modificar o cambiar su negocio de acuerdo a la apreciación del mercado por parte de la alta dirección; de hecho tanto así, que en ciertos casos no lo hicieran, llegaría un momento en que estarían tan obsoletas que tendría que cerrar operaciones por falta de cliente.

Como alta dirección se necesita mucha dedicación para hacer las cosas basándose en la simple especulación de lo que sucederá y ser constante en la planeación y cumplimiento sistemático e integral en pos del objetivo a alcanzar y la dirección a seguir, como capital humano se requiere confiar en las capacidades y destrezas de la gerencia; de esta interacción algunos autores sugieren que más que un proceso o técnica ya elaboradas, la planeación estratégica es más una forma de ser, una actitud frente a la vida, una disciplina diaria y un cambio a largo plazo, no inmediato.

Una definición práctica de planeación estratégica, es que en el mundo de los negocios es el plan para lograr una rentabilidad amplia de recursos, también es la forma del cual una organización orienta a los esfuerzos para diferenciarse en la autenticidad de los competidores, usando sus ventajas o atributos satisfaciendo a sus clientes.

Imagen 2.12 Ventajas para satisfacer al cliente



Fuente: América Economía, 2012

➤ **Poder de negociación de los proveedores**

Permite poder negociar con los proveedores para diseñar estrategias distintivas a lograr mejores acuerdos con nuestros proveedores. Hoy en día se conoce diversas asociaciones que pueden proveer de cacao, se considera bajo el poder de negociación con los proveedores ya que los volúmenes a ofrecer por las asociaciones no son bajos.

➤ **Amenazas de nuevos competidores**

(Colón D. 2009) Hace referencia a una entrada potencial de exportadores que vende el mismo tipo de producto, esto nos permite establecer barreras de entrada que impidan los ingresos de estos competidores, tales como la búsqueda de economías de escala o la obtención de tecnologías y conocimientos especializados.

Esto puede ser una barrera de entrada para nuevos competidores, puesto que la inversión en la adquisición de la materia prima es alta no por precio de quintal sino el total del volumen a exportar por los volúmenes de demanda a nivel mundial.

➤ **Rivalidad entre los competidores existentes**

(Colón D. 2009) Hace referencia a las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.

Entre los competidores más conocidos tenemos:

- ✓ Indonesia
- ✓ Ghana
- ✓ Costa de marfil
- ✓ Nigeria
- ✓ Entre otros.

2.19 Bases Teóricas

(Kotler, 1990) La planeación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo, mientras para (Koontz o'Donnell, 2013), consideran la planeación como: función administrativa que consiste en seleccionar entre diversas alternativas, los objetivos, las políticas, los procedimientos y los programas de una empresa, es por eso que es necesario determinar los objetivos antes de trazar la planificación (Charles Hummel, 2012)

(FRED R, David, 2003), dice que el éxito de los negocios depende, cada vez más, en ofrecer productos y servicios competitivos en un ámbito mundial y no solo local. Los mercados globales se han convertido en una realidad en todas las zonas del mundo, menos las más remotas. La cultura, las políticas industriales, las empresas en participación y las exportaciones son importantes para el proceso de la administración estratégica de las empresas internacionales. Para tener éxito en los años 90, los negocios tuvieron que ofrecer productos y servicios que exhiban una relación precio/calidad competitiva con los de productos y servicios similares disponibles en todo el mundo. La planeación estratégica no solo se da en el área local también internacionalmente ya que a pesar de que existe competencia, nuestro país cuenta con una buena participación en mercado de cacao, por lo que beneficia al país, dando mayor desarrollo económico.

(Fayol, 2013) la toma de decisiones también hace parte de las funciones de la organización. Señalando como las funciones del administrador, la prevención, organización, coordinación y control, que expresado en términos más actuales no es otra cosa que la planeación, organización, dirección y control.

Para Fayol los estudios administrativos que realizó tenían fines exclusivamente prácticos y de aplicación personal; no obstante al cabo de varios años de experimentación, observación y control constantes, estos le sirvieron no solo para alcanzar un éxito sin

precedentes. Los procedimientos administrativos eran instrumentos muy importantes para la buena dirección de toda empresa puesto que permitían los diagnósticos y la solución de muchas dificultades propias de las organizaciones de su tiempo.

Las investigaciones de Fayol se enfocaron hacia todas las empresas y hacia el estado. Poco a poco se convenció de que los principios administrativos eran aplicables a todas las empresas, cuales quiera fuese su naturaleza, objetivo y magnitud.

(Taylor, 2012) el principal objeto de la gerencia es asegurar la máxima prosperidad al empleador, juntamente con la máxima prosperidad para el empleado. Al referirse a máxima prosperidad para el empleador esto no se refiere únicamente al corto plazo, sino al desarrollo de todos los aspectos necesarios que aseguren un estado de permanente prosperidad. A su vez máxima prosperidad para los empleados no significa salarios inmediatos más altos, sino más bien desarrollo personal de modo que puedan trabajar más eficientemente teniendo en cuenta sus naturales habilidades.

(Porter M, 2014) Profesor de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, miembro de la Comisión sobre Competitividad Industrial de los Estados Unidos, buscando determinar cuáles son los atributos de una nación que fomentan las ventajas competitivas en determinados sectores, elaboró un modelo que permite comprender el proceso que lleva a lograr ventajas competitivas internacionales y, a la vez identificar la manera como los países pueden desarrollar su competitividad; es decir, mejor la cantidad y calidad de los recursos que poseen y la capacidad para utilizar esos recursos de manera más eficientes. Este modelo también puede aplicarse a espacios más reducidos, como a las regiones al interior de un país.

La competitividad de un país puede definirse como la capacidad de diseñar producir y comercializar bienes y servicios mejores y más baratos que la competencia internacional, lo cual se debe reflejar en la mejora del nivel de vida de la población.

2.20 Glosario

ANECACAO: Asociación Nacional de Exportadores de Cacao

ASE: Arriba Superior Época

ASN: Arriba Superior Navidad

ASSS: Arriba Superior Summer Selecto.

COMEX: Comité de Comercio Exterior e Inversiones

DOUBLE WIN: Algas fertilizantes y bioestimulantes, presentadas en formato granulado.

DUMPING ECOLÓGICO: exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen con métodos productivos muy contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente

HORMONAGRO 1, es una hormona que se enraíza y que ayuda a mejorar el porcentaje del prendimiento.

IEPI: Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

INIAP: Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias

MAGAP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, y Pesca.

MUCÍLAGOS: Son un tipo de fibra solubre de naturaleza viscosa. La producen las semillas de ciertas plantas, como la algarroba, el plántalo, el lino o la mostaza.

NEEM X: es un insecticida-nematicida natural de origen botánico, con efecto translaminar para el control de mosca blanca, minadores

OMC: Organismo Mundial del Cacao.

PHYTON: es un bactericida y fungicida sistémico, de acción preventiva y curativa contra una amplia gama de enfermedades bacterianas y fungosas que afectan los cultivos ornamentales, frutales, hortalizas y cultivos extensivos varios.

PYME: Pequeña y Mediana Empresa.

QQ/HA/AÑO: quintales, Ha hectáreas

REFORMAS BORBÓNICAS: se las llama Borbónicas por el monarca de Borbón, que hablaba de la sujeción de las colonias para beneficios económicos de la una ciudad y estas a su vez corregían las fugas fiscales y promovían la producción para aumentar así la recaudación de impuestos.

VITAVAX: es un medicamento que controla y previene el desarrollo de enfermedades causadas por hongos que atacan las semillas (granos y material vegetativo) y plántulas.

WFOE: significa que la responsabilidad de los accionistas está limitada en cuanto a los activos que aportaron a la empresa. A diferencia del simple establecimiento de una oficina de representación que está sujeta a una serie de limitaciones, una WFOE puede obtener beneficios y emitir facturas locales en RMB a sus clientes, lo que es crucial, ya que las facturas es la base para obtener las deducciones fiscales en China.

Capítulo 3

Desarrollo de la Investigación

3.1.1 ¿Quiénes Somos?

Somos exportadores de cacao fino de aroma y queremos brindar un producto de alta calidad, que al fomentar su producción eficiente y su mejora continua podamos posicionar el cacao fino de aroma como un producto único y muy particular de nuestro país incrementando de esta manera nuestras exportaciones hacia mercados como Shanghái.

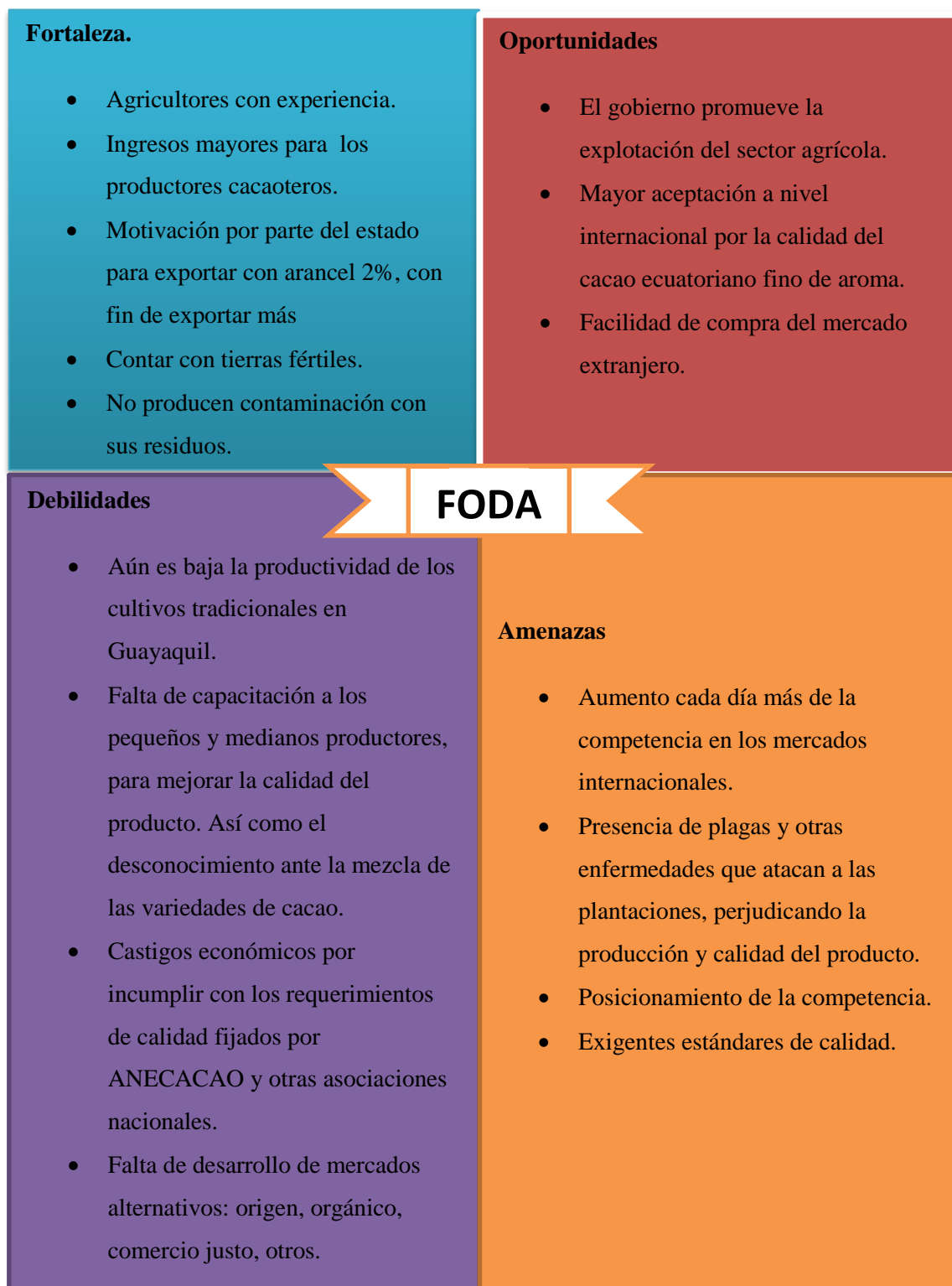
3.1.2 Misión

Ofrecer el cacao fino de aroma hacia el mercado de Shanghái, promoviendo la calidad del producto ecuatoriano, que satisfaga y exceda las expectativas del consumidor, creando nuevas plazas de empleo en este sector productivo y más ingresos para el Ecuador

3.1.3 Visión

Ser líderes en los mercados internacionales, actualizando nuestros conocimientos y tecnología empleada en el ámbito agropecuario y poder así aumentar la cartera de clientes en todo el mundo a través de nuestras exportaciones.

3.2 Análisis de FODA de Agricultores y Exportadores de Cacao



Fuente: Elaborado por Autoras

El cacao en grano en la ciudad de Shanghái es mayormente consumido por industrias de cosmetología, farmacéutica y para la elaboración de materia elaborada como: pasta de cacao, polvo y manteca. Es por esa razón que se eligió la ciudad de Shanghái, por ser una de las principales ciudades de China donde se mueve mucho la parte comercial y financiera. Se usará el puerto de Yangshan

Shanghái tiene lazos fuertes con el interior de China, es decir que tiene una mayor base en industrias manufactureras y tecnológicas. Nuestro cacao en China es muy apetecido por su calidad y sabor, lo cual favorece a Ecuador.

Shanghái cuenta con tres puertos:

- ✓ Puerto de Waigaoqiao
- ✓ Puerto de Wusongkuo
- ✓ Puerto de aguas profundas de Yangshan (Puerto Principal)

Imagen 3.1 Panorámica del puerto Yangshan



Fuente: Puertos de Shanghái-China

El cacao en grano exportado de Ecuador a China irá al puerto de aguas profundas de Yangshan, ya que es el principal puerto de Shanghái. Se usará exporta fácil.

3.3 Requisitos Generales de Acceso

Documentos de Exportación

1. (Pro Ecuador, 2013) **Verificación de status fitosanitario**⁹: es donde se verifica si el país al que va el producto ha levantado restricciones sanitarias de acceso a los productos de origen vegetal ecuatorianos, es decir si existe obstáculos. ¿Qué es un estatus fitosanitario? Es el que detalla la situación sanitaria y fitosanitarias del cacao en el Ecuador para revisión y aprobación del país de destino (análisis de riesgo de plagas, métodos de cultivo, etc.) Este análisis de riesgo de plagas, se da por motivo de salubridad al continente o país que vaya a ingresar.
2. **Registrarse en Agrocalidad**¹⁰: se solicita el registro de operador en la página web de Agrocalidad (www.agrocalidad.gob.ec) es decir si el usuario es exportador, productor o productor – exportador. Y los documentos que se requiere como: Ruc, copia de cédula, constituido de la empresa y nombramiento del representante legal, si es persona jurídica, croquis de ubicación del centro de acopio es decir del exportador y cultivo exportador – productor, factura de pago según la solicitud del registro. El registro tendrá una duración de dos años.
3. **Inspección y certificado de calidad**: el exportador debe solicitar setenta y dos horas previas a la exportación una inspección de lotes por exportar a Agrocalidad,. Después, Agrocalidad establece a una verificación externa para realizar la inspección. Luego emite un informe, el cual, es analizado por técnicos de Agrocalidad del Banco Nacional de fomento (BNF), Banco del Pacifico o Banco de Guayaquil. Después que se aprueba el reporte se emite al usuario un certificado de registro y un código de registros los cuales confirman el registro de operador en Agrocalidad.

⁹ Fitosanitario, es una mezcla de sustancias destinadas a provenir la acción de insectos, ácaros, hongos, bacterias

4. (Pro Ecuador, 2013) **Solicitar certificado fitosanitario:** este certificado fitosanitario será presentado en cada exportación debiendo solicitarse máximo dos días antes del despacho de la misma. Se pide una inspección o pre-inspección si el lugar de acopio o cultivo sea fuera del lugar de salida de la carga, esto se realiza en el punto de control es decir en: aeropuertos, puertos marítimos, pasos fronterizos o en las coordinaciones provisionales de Agrocalidad en el caso de una pre- inspección.

Los documentos que se requieren son: registro como operador, copia del manifiesto de embarque, factura proforma u otro documento que indique información del envío.

Si fuere una pre – inspección se emite un certificado provisional que se canjea por el certificado fitosanitario en el punto de control. En el caso de una inspección una vez aprobada se otorga el certificado fitosanitario para el envío a realizarse.

Exportación a Consumo - (Régimen 40)

(Aduna del Ecuador SENA, 2014) Es el régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones no generan tributos o impuestos. Para que las mercancías salgan del país, se requiere la presentación de una Orden de Embarque (Código 15) y posteriormente se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (40), teniendo como plazo para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) 15 días hábiles a partir del ingreso a Zona Primaria. (Art. 43 LOA).

3.4 Gestión Aduanera

Registro de Exportación

- ✓ RUC de exportador

¹⁰ Agrocalidad, Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad, se encarga de la ejecución, regulación y control de actividades productivas del agro nacional.

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- ✓ Banco Central del Ecuador
- ✓ Security Data

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS
Donde se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Documentos que se necesitan para la Exportación de Cacao

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

(Aduna del Ecuador SENA, 2014) Es un formulario en el que se registran las exportaciones que cualquier persona desee realizar, la exportación se debe presentar en

el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación.

Factura Comercial

(Aduna del Ecuador SENAE, 2014) Es emitida por el exportador, y contiene los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos. En la Factura Comercial figuran los detalles técnicos de la mercadería, fecha y lugar de emisión, la unidad de medida, cantidad de unidades que se están facturando, los precios unitarios y totales de venta, moneda de venta, condición de venta, forma y plazos de pagos, pesos brutos y netos, marcas, número de bultos que contiene la mercadería y medio de transporte y se encuentra firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

Conocimiento de embarque. (B/L) *Bill of lading*


(Aduna del Ecuador SENAE, 2014) El B/L lo emite la naviera y es utilizado para el transporte marítimo y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo.

Los datos que contiene son:

- Datos del cargador.
- Datos del exportador.
- Datos del consignatario.
- Datos del importador.
- Nombre del buque.
- Puerto de carga y de descarga.
- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.
- Importe del flete.
- Marcas y números del contenedor o de los bultos.

- Número del precinto.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.
- Fecha de embarque

Imagen 3.2 Ejemplo de conocimiento de embarque

To be used either PORT TO PORT B/L		B/L No. 1040		SHIPPER:	
 MAERSK LINE		TEXMEN, S.L. C/ SAN JOSÉ PERALES, 85 46870 ONTEÑENTE (VALENCIA) SPAIN			
		CONSIGNEE:			
NOTIFI PARTY: MOHAMED ABU AND ZIYAD AL MOUTHASEB AND PARTNERS FOR TRADE AND INVESTMENT CO., 23, P.O. BOX 66608 EAST JERUSALEM ISRAEL		TO THE ORDER OF JORDAN NATIONAL BANK.			
CARRIER: ATLANTICA S.p.A DI NAVIGAZIONE					
PLACE OF ACCEPTANCE:		PORT OF LADING:	VESSEL:	VOYAGE:	
		VALENCIA SPAIN	EMMA MAERSK	46	
PORT OF DISCHARGE:		PLACE OF DELIVERY:	FINAL DESTINATION:		
AHSDOD PORT		ASHDOD	ASHDOD		
Marks and numbers	Packages	Description of Goods	Weight declared	Measurement	
GRIU 110.329-8 27546825 CLEAN ON BOARD 08/FEB/2012 AGENCIA MARITIMA CONDEMINAS VALENCIA, S.A.		1x20' CONTAINER FCL/FCL SHIPPER LOAD STOW AND COUNT HOUSE/HOUSE 110 CARTONS BLANKETS 100% COTTON, DELIVERY TERMS CFR ASHDOD GOODS TO BE SHIPPED WITH CONFERENCE LINE SHIPMENT FROM: SPAIN TO ASHDOD PORT FREIGHT PREPAID. SAID TO CONTAIN SHIPPERS LOAD, STOW AND COUNT, UNSTOWING AND HANDLING CHARGES ON ACCOUNT OF GOODS.	P 1800 KGS T 2000 KGS ----- 3800 KGS		
Freight & Charges		Rate	Amount	Prepaid	Collect
Total No. of Packages for LCL		Total No. Of Containers for FCL		Total Charges	
Freight payable at PREPAID		Place and date of issue: VALENCIA 8/FEB/2012		No. of Original B/L THREE	
Signature AGENCIA MARITIMA CONDEMINAS VALENCIA S.A.					

Fuente: Empresa Texmen, Año 2013

Lista de empaque - Packing list

(Aduna del Ecuador SENAE, 2014) Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada.

Lo emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Imagen 3.3 Ejemplo de Lista de empaque

Company Name
 Company Address
 Phone: 555-555-5555
 Fax: 123-112-123456
 Website: www.website.com
 Email: abc@example.com

Packing List

Sent To: _____
 Sent From: _____
 Date: _____ Account No: _____
 Shipping Date: _____ Shipping Co: _____
 Department Name: _____

Product Description	Total Quantity:	Shipping No:	Total Weight:	Product No:

Special Info:

Authorized Signatures Packing List Template

Fuente: Sample, Año 2013

3.5 Aspectos Logísticos

3.5.1 Empaque Comercial

(Pro Ecuador Aspectos Logísticos, 2013) Los granos de cacao son exportados en varios sacos de yute aproximadamente 64 a 69 kilos, libre de insectos y acorde con los estándares de calidad según el contexto internacional.

Imagen 3.4 Cacao en saco de yute



Fuente: Portal Red Ecuatoriana, Año 2011

3.5.2 Rótulo

El rótulo tendrá la siguiente información:

- ✓ Identificación del producto, es decir nombre del exportador, envasador o expedidor.
- ✓ Naturaleza del producto: nombre del producto, nombre de la variedad.
- ✓ Origen del producto: país de origen y región productora, fecha de empaque.
- ✓ Características comerciales: a que categoría pertenece, calibre, número de frutos, peso neto.
- ✓ Simbología que indique el correcto manejo del producto.
- ✓ Toda información técnica debe ser profesionalmente traducida al chino, no es necesario hacerlo en cambio de aquellas que identifican marcas
- ✓ Todos los productos a exportar a China deben estar etiquetados en chino.

3.5.3 Condiciones de Almacenamiento

- ✓ Utilizar tarimas de madera que separen el producto del contacto directo con el suelo.
- ✓ Almacenamiento en lugares secos con bastante aire o ventilación.

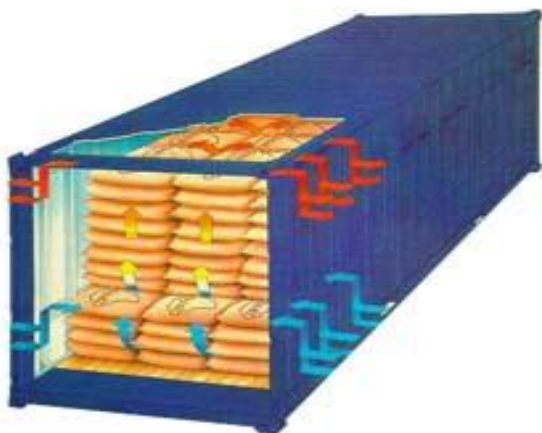
- ✓ Dejar espacio de un metro entre el techo del lugar de almacenamiento y los sacos almacenados.
- ✓ Realizar inspecciones frecuentes y regulares verificando niveles de humedad, hongos, insectos, etc.
- ✓ No almacenar con otro producto.
- ✓ Prevenir niveles de condensación de humedad durante el transporte.
- ✓ Temperatura recomendada, 15-18°C
- ✓ Humedad relativa, 50% ambiente seco.

(Pro Ecuador, 2013) El embalaje es de suma importancia para el proceso de exportación, usando este de forma adecuada, este embalaje estará certificando la calidad del producto en el trayecto del transporte y posterior comercialización y si fueran adecuados los embalajes sería conveniente en la contratación de la póliza de seguro de transporte internacional, tanto para el exportador como para el importador, para de esta manera obtener una prima de seguro más baja.

El sello del pallet sanitizado en Ecuador se lo usa para verificar que el pallet esté libre de plagas y que no se haya sometido a uno o dos tratamientos.

3.5.4 Embalaje para el Transporte

- ✓ El contenedor que utilizan es de 20 pies, 181 sacos de 40 pies, 360 sacos de cacao
- ✓ Paletizado.
- ✓ Uso de estibas con dimensiones de 120x100 m.
- ✓ La altura del apilado de las paletas que se transportan en el contenedor no debe superar la medida de 2 metros, incluyendo las medidas de pallet.
- ✓ El transporte se lo realiza vía marítimo en grandes contenedores.
- ✓ Los sacos tendrán que ser paletizados o a su vez estibados en tarimas de madera o plástico.
- ✓ Algunos países productores suelen cargar sus sacos en los contenedores, para poder tener mayor espacio disponible del contenedor, incrementando los costos de cargue y descargue.

Imagen 3.5 Contenedor de 20 pies

Fuente: Empresa Herrera DKP, Año 2009

Contenedor de 40 pies

Fuente: Empresa Herrera DKP, Año 2009

(Inocuidad Agrichina, 2013) Las normas NIMF N°15 son las que regulan el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional y que describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción de plagas relacionadas con el embalaje.

China acepta los materiales de embalaje de madera desde el 1 de enero del 2006, según la norma NIMF N°15 (Internacional Standards for Phytosanitary Measures). Lo que no acepta este país es la madera de coníferas tratadas con bromuro de metano proveniente de países con nematodo del pino (a pesar de que la norma ISPM 15 si lo acepta)

La Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ)

(Agrocalidad, 2013) Este organismo es el principal responsable de la supervisión de la calidad nacional, calibración de equipo, inspección de bienes de entrada y salida,

cuarentena sanitaria de entrada y salidas, cuarentenas sanitarias de animales y plantas, certificación, acreditación, estandarización de China.

Registro Obligatorio de todas las empresas exportadoras de alimento a China.

(Agrocalidad, 2013) Aquellas empresas que exporten alimentos a China tendrán la obligación de registrarse ante la autoridad de inspección y cuarentena de entrada y salida de este país (AQSIQ) por motivo de políticas y exigencia de China y este organismo deberá publicar a su vez regularmente las listas de las empresas registradas. Esta normativa medida va para los exportadores o sus agentes y a las empresas productoras que exportan sus propios productos.

Las normas de inocuidad alimentaria emitidas por Agrocalidad y el Instituto Nacional de Higiene son las que regulan las siguientes normas: límites de residuos de plaguicidas, cuestiones microbiológicas, drogas veterinarias, metales pesados, contaminantes y otras sustancias peligrosas para la salud humana en alimentos y dosis de aditivos para alimentos, productos relacionados a los alimentos, variedades, ámbito de aplicación

3.6 Empresas Navieras de Guayaquil a China.

(Ecuador en China, Cotización Naviera, 2013) En la actualidad existen varias líneas navieras que cubren el servicio desde el puerto de Guayaquil hacia los principales puertos de China; las líneas navieras que prestan este servicio desde Ecuador son:

- Evergreen Line
- Transoceánica
- Hapag-Lloyd
- Hamburgsud
- Maersk
- Gemar

Tabla 3.1 Cotización promedio de envío de carga hacia China

COTIZACIÓN DE ECUADOR AL PUERTO DE DESTINO							
OPCION 1	PUERTO	20'DC	40'DC	40'HQ	Tiempo de Tránsito	SERVICIO	Naviera
China	Hong Kong	1408	1808	1908	35-38	Semanal	Hambug S
China	Shanghai	1408	1808	1908	39-42	Semanal	Hambug S
China	Ningbo	1608	2008	2108	33-43	Semanal	Hambug S
China	Xingang	1608	2008	2108	44-47	Semanal	Hambug S
OPCION 2	PUERTO	20'DC	40'DC	40'HQ	Tiempo de Tránsito	SERVICIO	Naviera
China	Hong Kong	800	900	950	38-43	Semanal	GEMAR
China	Shanghai	800	900	950	39-42	Semanal	GEMAR
China	Ningbo	800	900	950	36-43	Semanal	GEMAR
China	Shekou	800	900	950	44-47	Semanal	GEMAR

Fuente: Pro Ecuador, empresas navieras consultadas, Año 2013

Tabla 3.2 Cotización promedio de envío de carga hacia China

COSTOS LOCALES	Opción 1	COSTOS LOCALES	Opción 2
THC	USD 145,00	THC	USD 145,00
Gastos Administrativos	USD 80.00	Gastos Administrativos	USD 120.00
Visto Bueno	USD 40.00	Handling Out	USD 45.00
Handling Out	USD 45.00	Porteo	USD 30.00
Porteo	USD 30.00	Servicio de Recaudacion	2 % Flete Prepagado
Servicio de Recaudacion	USD 32.00	Manejo Local	USD 60,00
Sello	USD 32.00	Document Fee	USD 60,00
Manejo Local	USD 60,00	-	-

Fuente: Pro Ecuador, empresas navieras consultadas, Año 2013

Tabla 3.3 Cotización referencial de Ecuador al puerto de destino

COTIZACION REFERENCIAL DE ECUADOR AL PUERTO DE DESTINO							
OPCION 1	PUERTO	20'DC	40'DC	40'HQ	Tiempo de tránsito	Servicio	Naviera
China	Hongkong	400	600	600	28	semanal	COSCO
China	Shanghai	400	600	600	32	semanal	COSCO
China	Ningbo	400	600	600	31	semanal	COSCO
China	Dandong	1400	2500	2500	N/D	semanal	COSCO
OPCION 2	PUERTO	20'DC	40'DC	40'HQ	Tiempo de tránsito	Servicio	Naviera
China	Hongkong	800	1000	1000	46	semanal	CHINA SHIPPING
China	Shanghai	800	1000	1000	41	semanal	CHINA SHIPPING
China	Ningbo	800	1000	1000	43	semanal	CHINA SHIPPING
China	Qingdao	850	1100 CY-CY basis	1100 CY-CY basis	48	semanal	CHINA SHIPPING

Fuente: Broom Ecuador/China Shipping Containers Line-COSCO Containers

Tabla 3.4 Costo Promedio Local

THC	USD 130/CNTR
Gastos administrativos	USD 45/BL
Visto bueno	N/D
Handing Out	USD 40/CNTR
Porteo	USD 8/CNTR
Servicio de Recaudacion	USD 45/BL
Sello	USD 15/CNTR
Manejo local	USD 60

Fuente: Broom Ecuador/China Shipping Containers Line-COSCO Containers Lines

3.7 Canales de Distribución

En la actualidad no resulta contar con un mayorista local, sino que se puede elegir entre distintas modalidades, como un operador logístico internacional como lo hace Pro Ecuador o contratar a un distribuidor local.

¹⁶ CY-CY basic, el transporte es realizado desde el deposito del cargador hasta el consignatario en el lugar de destino.

¹⁷ 20'DC 40'DC, Dry Cargo, Contenedor de carga seca.

¹⁸ 40'HQ, High Cube, contenedor estándar con sobrealtura

Incoterms

Imagen 3.6 Incoterms

Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW											
Polivalente											
FCA											
Polivalente											
FAS											
Marítimo											
FOB											
Marítimo											
CPT											
Polivalente											
CIP											
Polivalente											
CFR											
Marítimo											
CIF											
Marítimo											
DAT											
Polivalente											
DAP											
Polivalente											
DDP											
Polivalente											
© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI											
	Vendedor		Comprador		Vendedor / Comprador						

Fuente: Cámara de Comercio Internacional

Los incoterms más usados en China son sobre el valor CIF, y las exportaciones desde Ecuador con el termino FOB en su gran mayoría. (Pro Ecuador, Logística de China 2012)

3.8 Análisis de la Competencia

(Pro Ecuador, Principales Proveedores de China, 2014) En lo que se refiere a competencia internacional, existen dos clases de cacao, el cacao básico llamado criollo y el cacao fino de aroma que representa únicamente el 5% de la producción mundial de cacao, Ecuador exporta a nivel mundial el 77% cacao fino de aroma, siendo así

reconocido como uno de los mejores cacaos del mundo. Esa es la razón por la cual los fabricantes de chocolate buscan obtener el mejor producto de calidad, sabor y textura.

Existen grandes competidores, como: Ghana, Costa de Marfil, Indonesia, Malasia, que exportan materia prima, mientras Francia, Holanda, Bélgica producen materia elaborada.

(África Información, 2012) Ecuador tiene una gran ventaja competitiva, teniendo haciendas de cacao fino de aroma, siendo favorecido con su clima, y se considera uno de los mejores por posición en lo que respecta a calidad a nivel internacional, mientras que la ventajas para los demás países como: Ghana, Costa de Marfil, Indonesia, Malasia está en su producción mundial de cacao que alcanza el 72% debido al manejo agronómico, y a que estos países dependen de la exportación del cacao, una de las desventajas en estos países es que debido a que dependen de la exportación del cacao su estabilidad económica genere fragilidad.

Economía sostenible del cacao

(Finanzas y Economía, 2012) La economía sostenible conocida también por desarrollo sostenible, perdurable o sustentable, caracterizada con un tipo de desarrollo socioeconómico. Su definición clave es satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades

La ICCO como Organismo Internacional de Producto Básico para el cacao, también ha tomado algunas iniciativas en la búsqueda de la diferencia de los cacaos fino de aroma, es por esa razón que el sector privado ha prestado apoyo a varios proyectos destinados a fomentar una economía cacaotera sostenible.

3.9 Barreras Arancelarias

Ecuador tiene beneficios referentes arancelarios ya que es un país que cuenta con una serie de Acuerdos suscritos, entre ellos tenemos:

- ✓ Sistema generalizado de preferencias SGP PLUS aplicado por la UE.

En la actualidad Ecuador no tiene acuerdos comerciales con China.

En la siguiente tabla mostraremos los aranceles aplicado al cacao y elaborados de Ecuador:

Tabla 3.5 Aranceles Aplicados por Principales Países Importadores Al Ecuador

ARANCEL APLICADO AD VALOREM											
PAÍS	Subpartida 1801.00 Cacao en grano	Subpartida 1804.00 Manteca de cacao	Subpartida 1803.10 Pasta de cacao sin desgrasar	Subpartida 1805.00 Cacao en polvo sin adición de azúcar	Subpartida 1806.90 Los demás chocolates prep. alimenticias	Subpartida 1803.20 Pasta de cacao desgrasada total o parcial	Subpartida 1806.31 Bloques, tabletas y barras rellenos	Subpartida 1806.32 Bloques, tabletas y barras sin relleno	Subpartida 1806.20 Las demás preparaciones	Subpartida 1802.00 Residuos de cacao	Subpartida 1806.10 Cacao en polvo con adición de azúcar
ESTADOS UNIDOS	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	9.46%	0.00%	0.00%	7.20%	10.48%	0.00%	5.81%
HOLANDA (PAISES BAJOS)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	8.20%
MALASIA	0.00%	10.00%	25.00%	10.00%	15.00%	19.00%	15.00%	15.00%	15.00%	0.00%	19.00%
MEXICO	15.00%	15.00%	15.00%	20.00%	26.94%	15.00%	27.58%	27.01%	15.07%	15.00%	23.62%
ALEMANIA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	8.20%
BRASIL	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
COLOMBIA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CHINA	2.00%	22.00%	10.00%	15.00%	8.00%	10.00%	8.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
ESPAÑA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	8.20%
PERU	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ARGENTINA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CHILE	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
JAPON	0.00%	0.00%	3.50%	10.50%	21.57%	7.00%	10.00%	20.53%	21.13%	0.00%	21.15%
CANADÁ	0.00%	0.00%	0.00%	3.00%	91.33%	0.00%	4.00%	4.00%	68.50%	0.00%	4.00%
ITALIA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	8.20%
BELGICA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	8.20%
VENEZUELA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Market Access Map/ Centro de Comercio Internacional.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/ PRO ECUADOR

Como podemos observar en esta gráfica el menor arancel es el aplicado al cacao en grano, manteca de cacao, grasas y aceite y residuos de cacao.

3.10 Forma de Pago

(Sector cacaotero, 2013) El 50% de anticipo por transferencia bancaria y el 50% restante con L/C transferible irrevocable y a la vista de la entrega de documentos de embarque, libre de territorio ecuatoriano es decir con pago diferido o a través de una carta de crédito emitido por el Banco Mundial, el cual obliga a pagar (a la vista o plazo) a un vendedor la

suma dicha. Por lo cual se usará la carta de crédito con pago a la vista, es decir que se le paga al beneficiario cuando todos los documentos estén presentes.

3.11 Barreras no Arancelarias.

(Ballesteros R, 2010) Son todas aquellas medidas por omisión de los poderes públicos y que tienen el mismo efecto que el arancel de dificultar los intercambios internacionales, aunque afectan al comercio, nunca se presentan como medidas comerciales, sino que se revisten de finalidades diversas, tales como: sanidad pública, defensa de los consumidores, defensa de la naturaleza .

En China a raíz de que accediera a la OMC, el país fue abriéndose a mercados exteriores reduciendo así las barreras arancelarias y no arancelarias. El acceso de determinados productos al mercado principalmente agroalimentarios, están sujetos a protocolos y que en muchos casos implica largos procesos de negociación.

Para China existen barreras no arancelarias como:

- Todo alimento debe de contar con el certificado fitosanitario
- Todos los productos exportados a China deben tener etiquetado en chino

(Pro Ecuador, 2013) En el año del 2004 las medidas administrativas para las empresas extranjeras en el sector comercial entraron en vigor, es decir que estas medidas permiten a las empresas extranjeras instaladas en China que sean inversores nuevos.

En abril del 2015 entró en vigor una ley para las compañías no comerciales de capital extranjero también podrán ejecutar actividades de distribución, en el 2007 entró la ley para las actividades franquiciadoras

Tabla 3.6 Proyección de Venta de Cacao Fino de Aroma

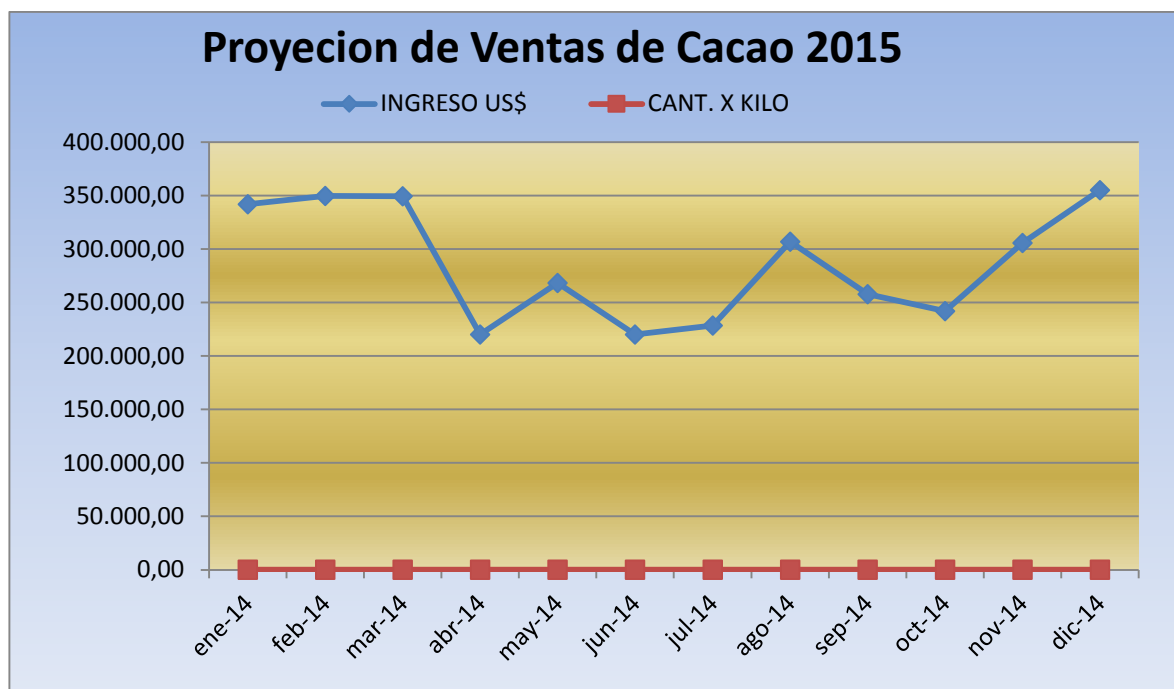
MESES	CANT. X TM	CANT. X KILO	PRECIO X TM	INGRESO US\$
ene-14	150,00	64,00	2.280,00	342.000,00
feb-14	150,00	69,00	2.333,00	349.950,00
mar-14	150,00	65,00	2.331,00	349.650,00
abr-14	100,00	66,00	2.202,00	220.200,00
may-14	120,00	66,00	2.236,00	268.320,00
jun-14	100,00	69,00	2.203,00	220.300,00
jul-14	100,00	68,00	2.286,00	228.600,00
ago-14	125,00	68,00	2.457,00	307.125,00
sep-14	100,00	69,00	2.579,00	257.900,00
oct-14	100,00	69,00	2.420,00	242.000,00
nov-14	125,00	65,00	2.446,00	305.750,00
dic-14	120,00	69,00	2.960,00	355.200,00
ACUMULADO	1.440,00	807,00	28.733,00	3.446.995,00
PROMEDIO	120,00	67,25	2.394,42	287.249,58

Elaborado por: Las Autoras

Los precios por tonelada métrica del cacao fueron tomados de Anecacao, la cantidad de kilo a enviar será de 64 kg a 69 kg por saco de yute. Los ingresos serian de \$ 3, 446,995 anuales por cantidad de toneladas métricas y con un promedio mensual de \$287,249.58

Como se observa en el gráfico los precios son fluctuantes, según cifras chinas en el 2011 se exporto a China 1500 TM, en el 2012 subieron significativamente a 6103 TM, y en el 2013 a 7001 TM, la meta para exportar a Shanghái es de 1440 a 1500 TM anuales, es decir que el promedio mensualmente como lo explica el grafico sería de 120 T.

Gráfico 3.2 Proyección de Ventas de Cacao 2015



Elaborado por: Las Autoras

Amenazas de productos y servicios sustitutos

(Sainz de Vicuña, 2004) Se refiere a las empresas que comercializan un producto sustituto al nuestro.

La entrada de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores obtén por un producto sustituto, esto nos permite diseñar estrategias distintas para impedir la penetración de empresas que vendan estos productos o estrategias que nos permitan competir con ellas.

Poder de Negociación de los Clientes

(Sainz de Vicuña, 2004) Mientras se tenga mayor cantidad de competidores tendrá que competir con precios más bajo de lo establecido ya que ellos tienen la última palabra, además de la cantidad de clientes que existan el poder de negociación de los clientes

también podría depender del volumen de la compra, la especialización del producto, Porter permite diseñar estrategias distintivas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de estos.

3.12 Muestra

En este trabajo se realizó una investigación de tipo exploratoria basada en la verificación de la exportación, precios y que tipo de capacitación tienen los exportadores del mismo. Esto se realizó a trabajadores en distintas compañías exportadoras de cacao de la ciudad de Guayaquil que representan la unidad de análisis. Se tomó como población las doce empresas exportadoras de cacao en Guayaquil (FEDEXPOR, 2014). A continuación se observará la verificación de la fórmula realizada en donde se observan los resultados encontrados

Tabla 3.7 Elementos de Investigación por encuestas

Quién	El encuestado
Instrumento	Cuestionario
Cómo	Encuestas telefónicas Encuestas vía internet

Elaborado por: Las Autoras

Se realizó las encuestas a doce empresas que tienen relación con la exportación de cacao, en las encuestas respondieron personas expertas en la exportación de cacao como exportadores, ingenieros en comercio exterior y agricultores

Técnicas de recolección de datos

Encuestas

En esta investigación se realizaron encuestas a las empresas exportadoras de cacao fino de aroma ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

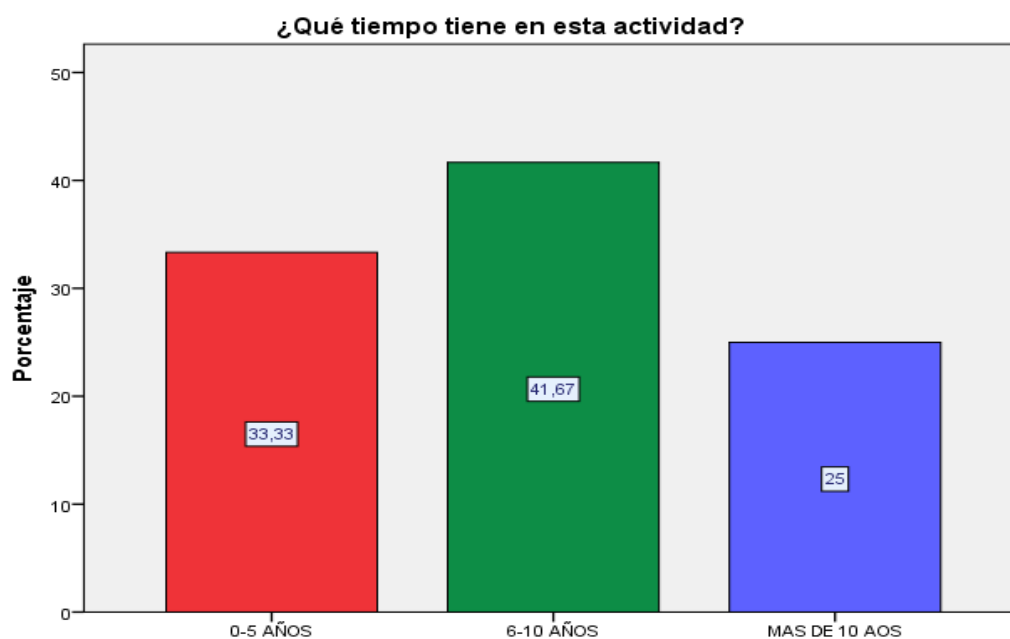
1. ¿Qué tiempo tiene en esta actividad?

Tabla 3. 8 Tiempo de Actividad Cacaotera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0-5 AÑOS	4	33,3	33,3%	33,3%
6-10 AÑOS	5	41,7	41,7%	75,0%
MAS DE 10 AÑOS	3	25,0	25,0%	100,0%
Total	12	100,0	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.3 Tiempo de Actividad Cacaotera



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se aprecia en general todos los exportadores de cacao que respondieron están de 6 a 10 años en la industria, de ahí se encuentra que llega a una diferencia media con 0 a 5 años, como se visualiza en la imagen, muy pocos exportadores tiene más de 10 años, lo que supieron indicar es que este negocio se debe dedicar tiempo y esperanza para tener una mayor venta del cacao.

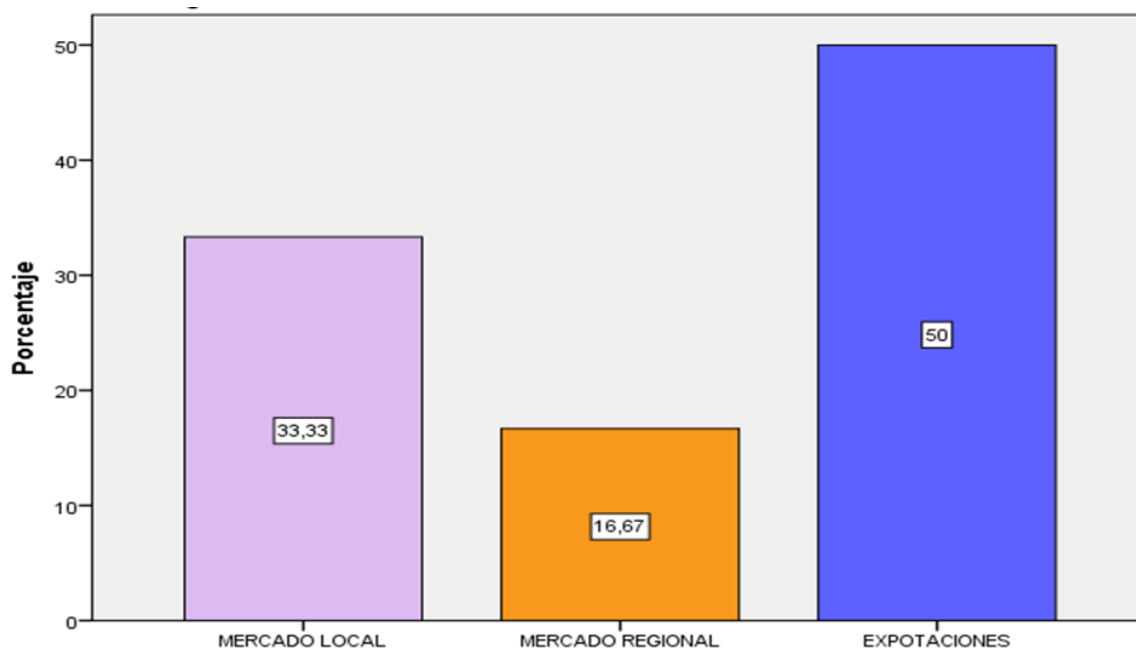
2. ¿Dónde se vende la cosecha de cacao fino de aroma?

Tabla 3.9 Venta de Cosecha de cacao fino

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MERCADO LOCAL	4	33,3%	33,3%	33,3%
MERCADO REGIONAL	2	16,7%	16,7%	50,0%
EXPORTACIONES	6	50,0%	50,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.4 Venta de Cosecha de cacao fino



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Se observa como el mayor nivel de ventas es para las exportaciones, siguiendo el mercado local que no se queda atrás, pero sin duda el rango más pequeño es el mercado regional por ende no se recibe mayor acogida en ese mercado.

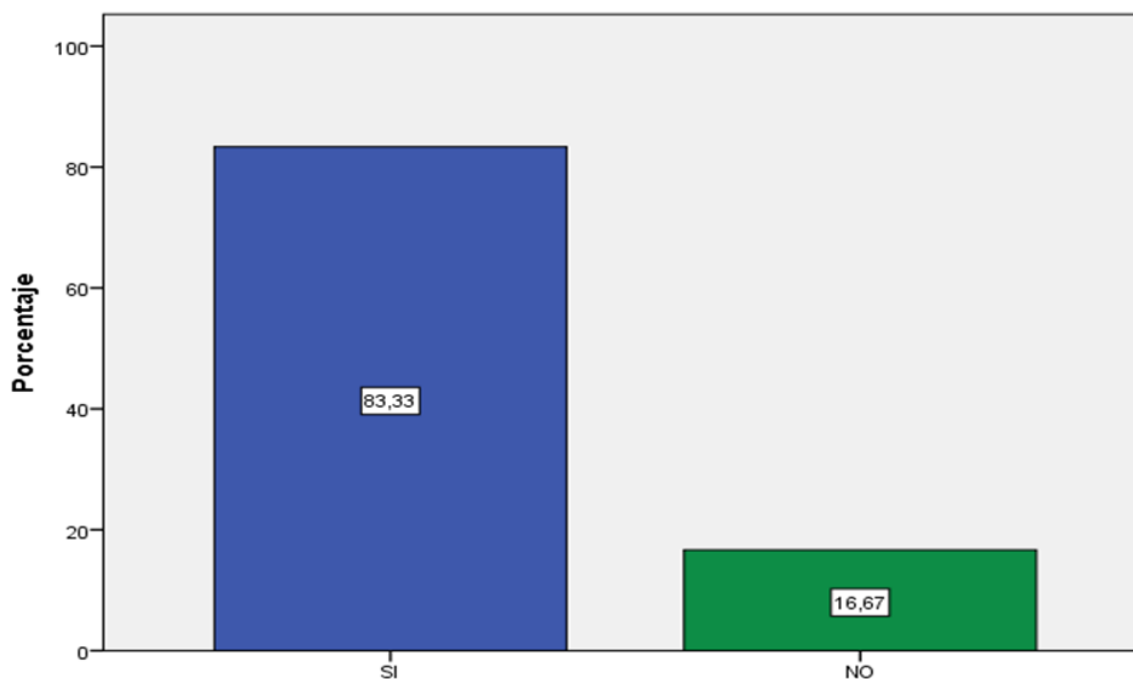
3. ¿Estaría interesado en exportar cacao fino de aroma a China?

Tabla 3. 10 Exportación de cacao fino

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	10	83,3%	83,3%	83,3%
Válidos NO	2	16,7%	16,7%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.5 Exportación de cacao fino



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Como se observa la gran mayoría si desea exportar en un mercado extranjero no tradicional, ya que representa un mayor reto para el exportador, lo cual beneficiaría a los productores, ya que China está abriendo nuevos caminos para los exportadores y con una investigación o planificación estratégica podrían ver el mercado de demanda. Y un 16,67% no está interesado en exportar hacia China, ya que tienen clientes en otros países.

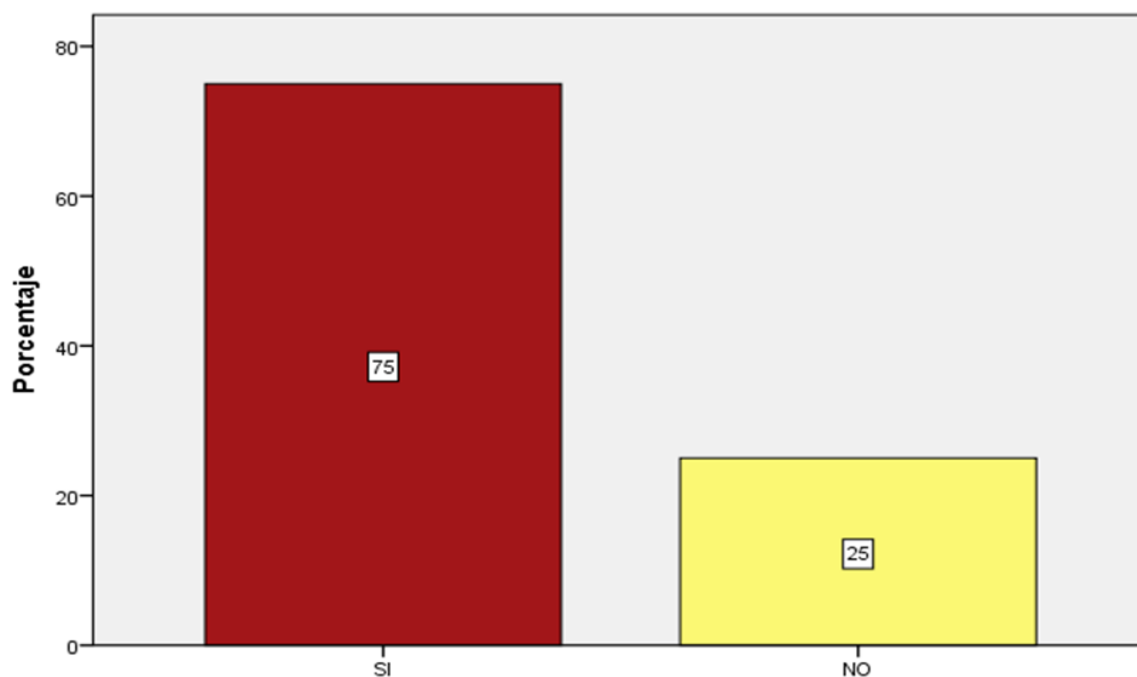
4. ¿Para Ecuador representa una oportunidad la demanda actual de cacao fino de aroma proveniente de los países de Asia?

Tabla 3.11 Demanda de cacao fino

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	9	75,0%	75,0%	75,0%
Válidos NO	3	25,0%	25,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.6 Demanda de cacao fino



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Se observa que en Ecuador hoy en día la demanda de cacao es muy elevada, comparada con otros años, en el año 2014 hubo mayor demanda para este producto a nivel internacional, ahora se habla de la buena relación de Ecuador y China. Con un 75% respondieron que para Ecuador si existe una oportunidad de demanda para el cacao fino de aroma en Asia, a pesar que en la actualidad están demandando más que otros años y con un 25% respondieron que no, ya que existe mucha competencia con otros países.

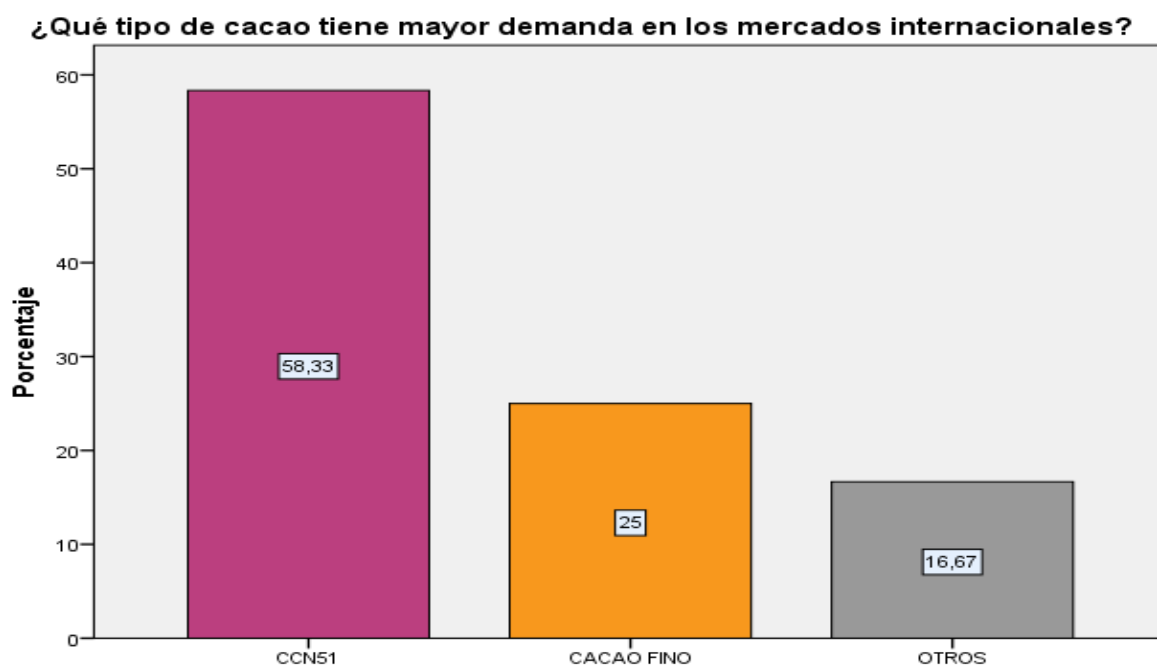
5. ¿Qué tipo de cacao tiene mayor demanda en los mercados internacionales?

Tabla 3.12 Tipo de cacao con mayor demanda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CCN51	7	58,3%	58,3%	58,3%
CACAO FINO	3	25,0%	25,0%	83,3%
OTROS	2	16,7%	16,7%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.7 Tipo de cacao con mayor demanda



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

De acuerdo al gráfico se demuestra que el cacao CCN51 es muy demandado en los grandes países que consumen este producto, en segundo lugar el cacao fino de aroma no es tan alto pero con un 25%, se podría tener más influencia en países que gusten esta variedad

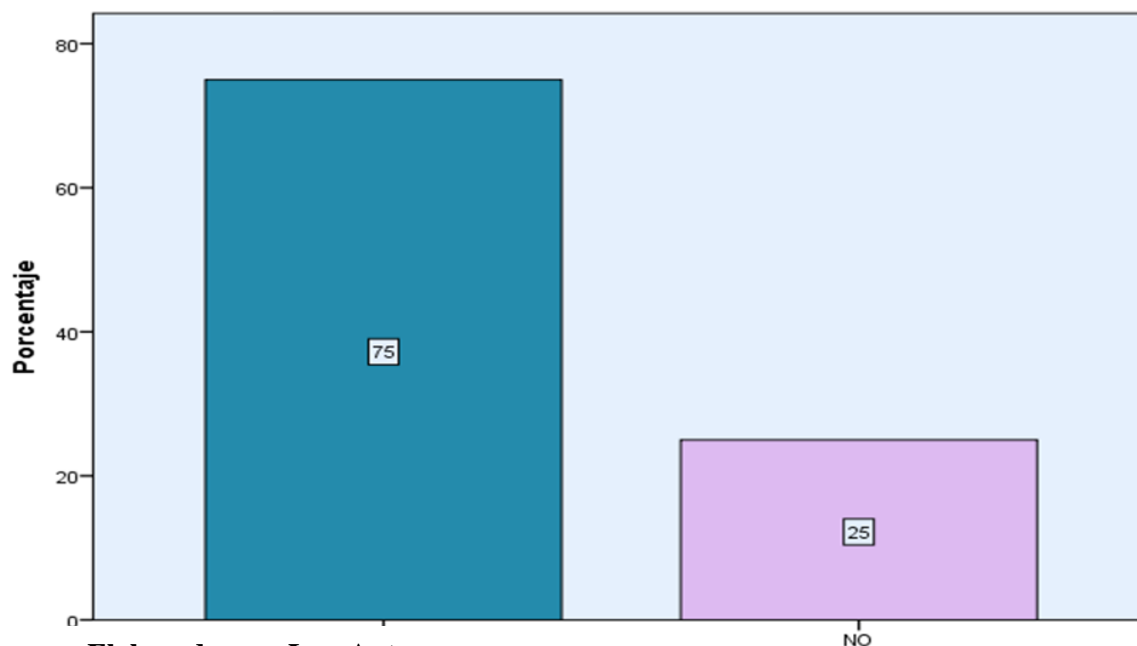
6. ¿Un plan estratégico exportador puede ayudar a mejorar la industria en el Ecuador?

Tabla 3.13 Plan estratégico de ayuda a las industrias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	9	75,0%	75,0%	75,0%
Válidos NO	3	25,0%	25,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.8 Plan estratégico de ayuda a las industrias



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En resumen, el plan estratégico es muy esperado, ya que el cacao es muy bien recibido en el mercado, para ello se está estudiando la venta del mismo y tiene muy buenas alternativas para que nuestros clientes lo conozcan. Un 75% dijo que si, ya que para una exportación se necesita un plan para exportación a largo plazo, un 25% respondió que no, ya que tienen sus clientes fieles en otros países.

7. ¿A qué sector está dirigido el cacao que usted comercializa?

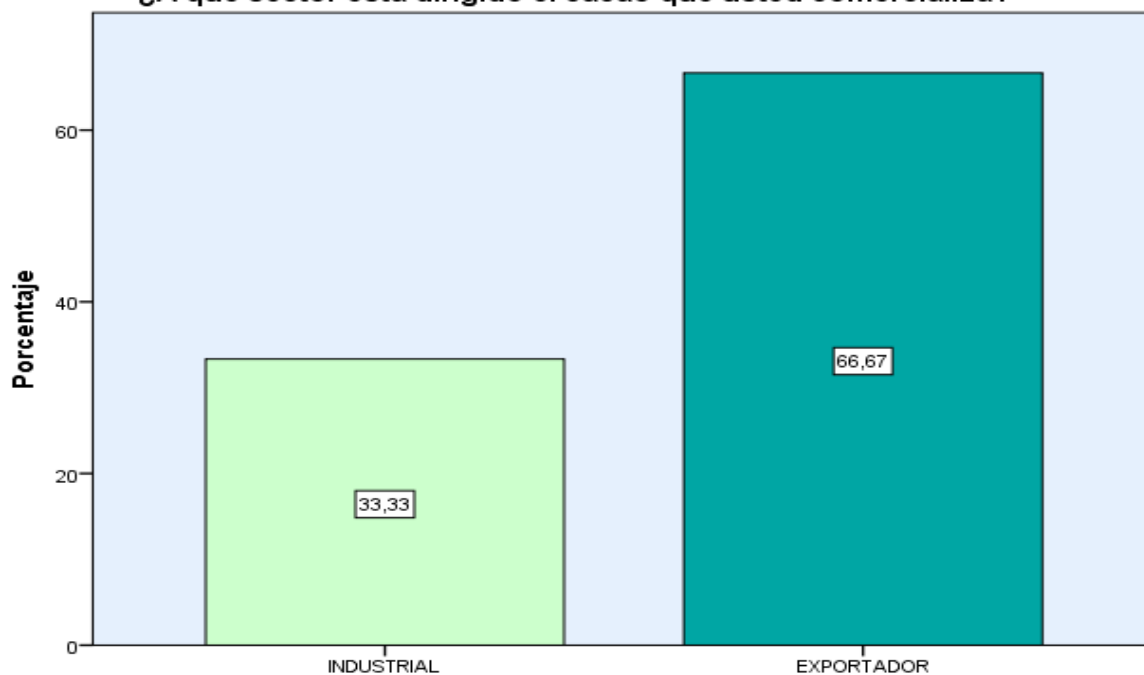
Tabla 3.14 Cacao que se comercializa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
INDUSTRIAL	4	33,3%	33,3%	33,3%
Válidos EXPORTADOR	8	66,7%	66,7%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.9 Cacao que se comercializa

¿A qué sector está dirigido el cacao que usted comercializa?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En la gráfica se observa que en un 66.67% está dirigido al sector exportador, esto se debe a que la demanda del cacao ha aumentado estos últimos meses, con un 33.33% al sector industrial.

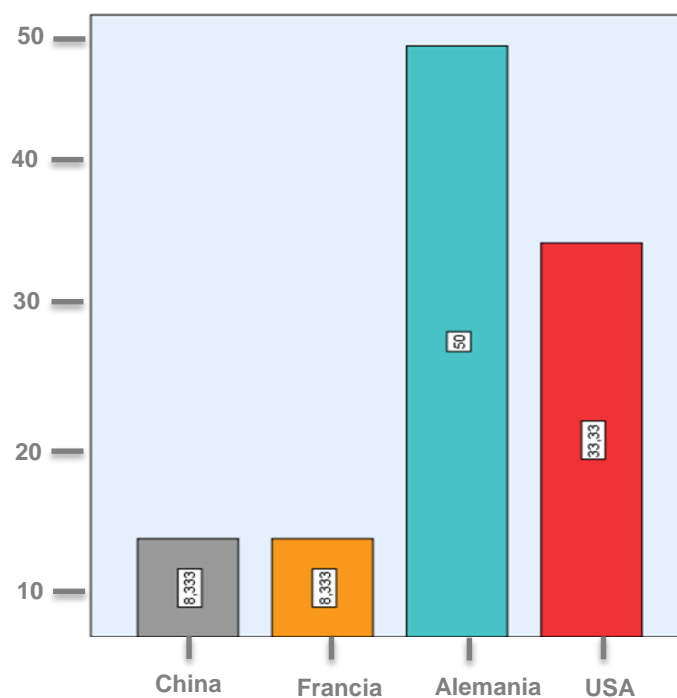
8. ¿En qué mercado externo pagan mejor precio por el cacao fino de aroma ecuatoriano?

Tabla 3. 15 Pago de cacao fino de aroma

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
USA	4	33,3%	33,3%	33,3%
ALEMANIA	6	50,0%	50,0%	83,3%
Válidos FRANCIA	1	8,3%	8,3%	91,7%
CHINA	1	8,3%	8,3%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.10 Pago de cacao fino de aroma



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Se aprecia que el 50% de las ventas son para el país de Alemania, en aquel país dan un precio muy accesible para la venta y comercialización del producto, a la gente le gusta el chocolate, no obstante no está muy lejos en EE.UU las personas consume este producto.

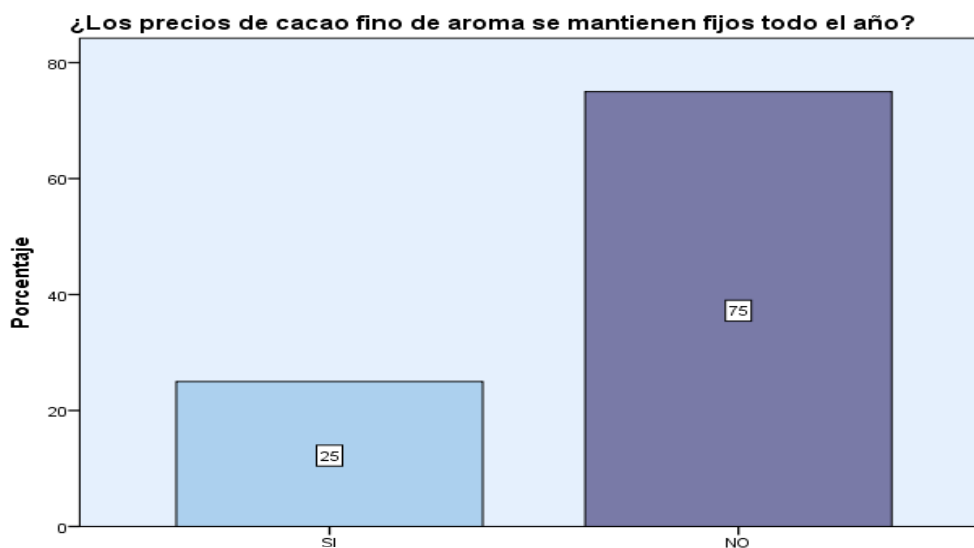
9. ¿Los precios de cacao fino de aroma se mantienen fijos todo el año en los mercados internacionales?

Tabla 3.16 Precios de cacao varían en mercados internacionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	3	25,0%	25,0%	25,0%
Válidos NO	9	75,0%	75,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.11 Precios de cacao varían en mercados internacionales



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Un 75% de las encuestas indicó que si, ya que el precio varía según la Bolsa de Valores de Commodities,¹⁹ los exportadores frecuentemente establecen el precio para dar oportunidad a países con menor nivel de economía, para que de esta manera se dé a conocer su producto, y llegar a un acuerdo de precios más bajos para venderlo con otro precio a sus clientes.

¹⁹ Bolsa de valores commodities, o bienes básicos son aquellos productos que puedan ser destinados a uso comercial, sin embargo, la característica más importante de estos es que no cuentan con ningún valor agregado, ningún proceso o diferenciación con los productos que se encuentran en el mercado, por esta razón son utilizados como materias primas para la elaboración de otros bienes.

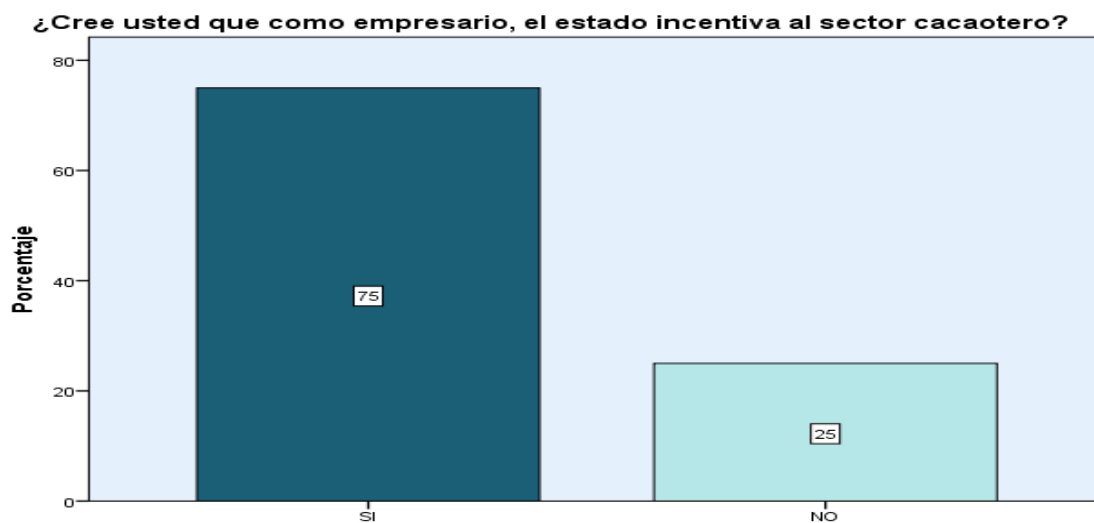
10. ¿Cree usted como empresario, que el estado incentiva al sector cacaotero?

Tabla 3.17 Estado Incentiva al Sector Cacaotero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	9	75,0%	75,0%	75,0%
Válidos NO	3	25,0%	25,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.12 Estado Incentiva al Sector Cacaotero



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

La mayoría con un 75% respondieron en las encuestas si, debido a que el estado motiva a las empresas con préstamos flexibles de pago, para la cosecha de cacao, lo cual es bueno, ya que se está viendo como la parte cacaotera está creciendo y de esta manera puede tener mejores oportunidades y un 25% dijo que no recibe incentivo por parte del estado.

11. ¿Cree usted que el estado da suficiente apoyo al MAGAP y que este sea adecuado para que se dé un incremento en la productividad del sector?

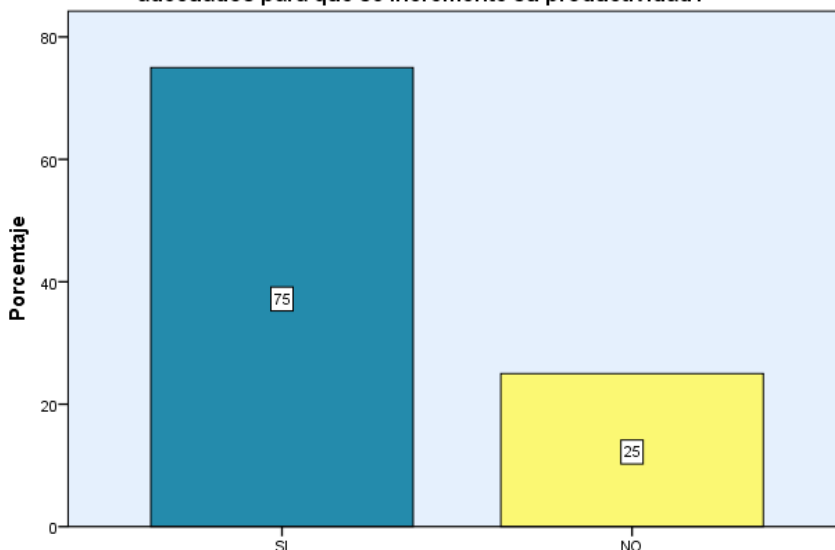
Tabla 3. 18 MAGAP da apoyo al sector de productividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	9	75,0%	75,0%	75,0%
Válidos NO	3	25,0%	25,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.13 MAGAP da apoyo al sector de productividad

¿Cree usted que el estado da suficiente apoyo a MAGAP y que estos sean adecuados para que se incremente su productividad?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En las encuestas realizadas un 75% dijo que si, debido a que existe capacitación con la finalidad de fomentar la sociabilidad y mejora de la productividad. Préstamos para poder invertir en el cacao, y que se dé a conocer este producto en otros países, ya que es de calidad, y se puede tener mejor cuidado de plagas, y un 25% dijo que no debido a que tienen que muchas veces el agricultor aportar de su dinero

12. ¿Considera usted que los precios de cacao de aroma fino se mantiene estables en los mercados nacionales?

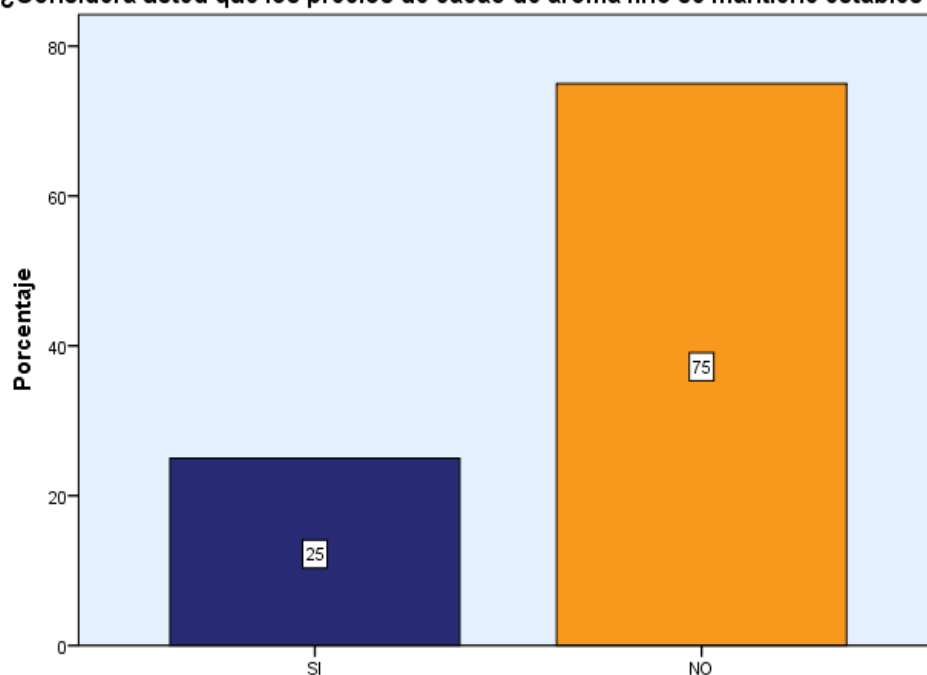
Tabla 3. 19 Precios de cacao varían en mercado nacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	3	25,0%	25,0%	25,0%
Válidos NO	9	75,0%	75,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.14 Precios de cacao varían en mercado nacional

¿Considera usted que los precios de cacao de aroma fino se mantiene estables?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Con un 75% respondieron que no se mantienen estable todo el año, por motivo del precio de la Bolsa de Valores y precios locales, ya que varían en dólares y un 25% respondió probablemente sí, ya que no varía mucho el precio del cacao.

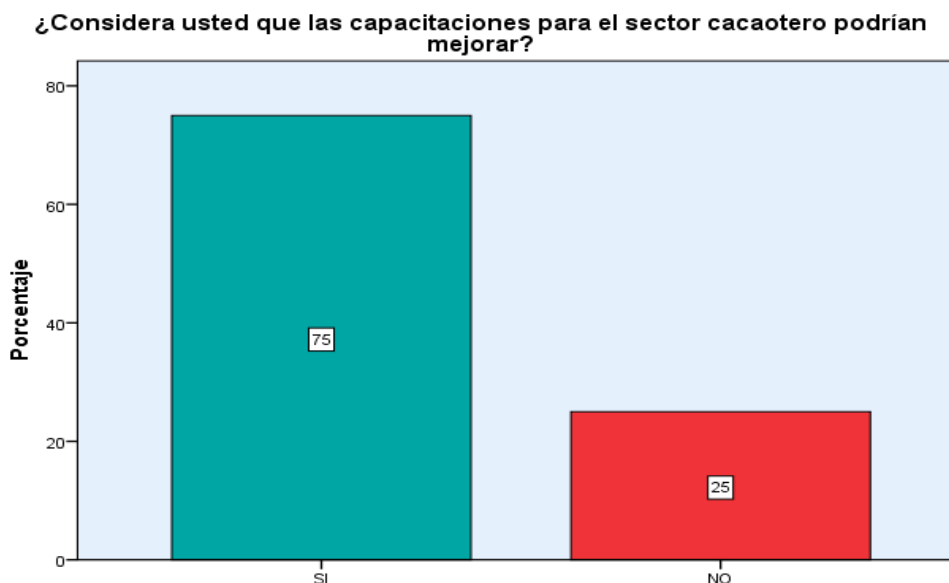
13 ¿Considera usted que las capacitaciones para el sector cacaotero podrían mejorar?

Tabla 3.20 Capacitación al sector cacaotero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	9	75,0%	75,0%	75,0%
Válidos NO	3	25,0%	25,0%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.15 Capacitación al sector cacaotero



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

El 75% supo indicar que sí, debido a que en el 2014 hubo mayor capacitación para la cosecha y el buen uso de fertilizante para el producto, ya que incentivaron para que sus producto llegue más lejos no solo local sino internacionalmente y pueda conocerse nuestro país, y un 25% dijo que no ha mejorado, por motivo que no saben cuando existía capacitación

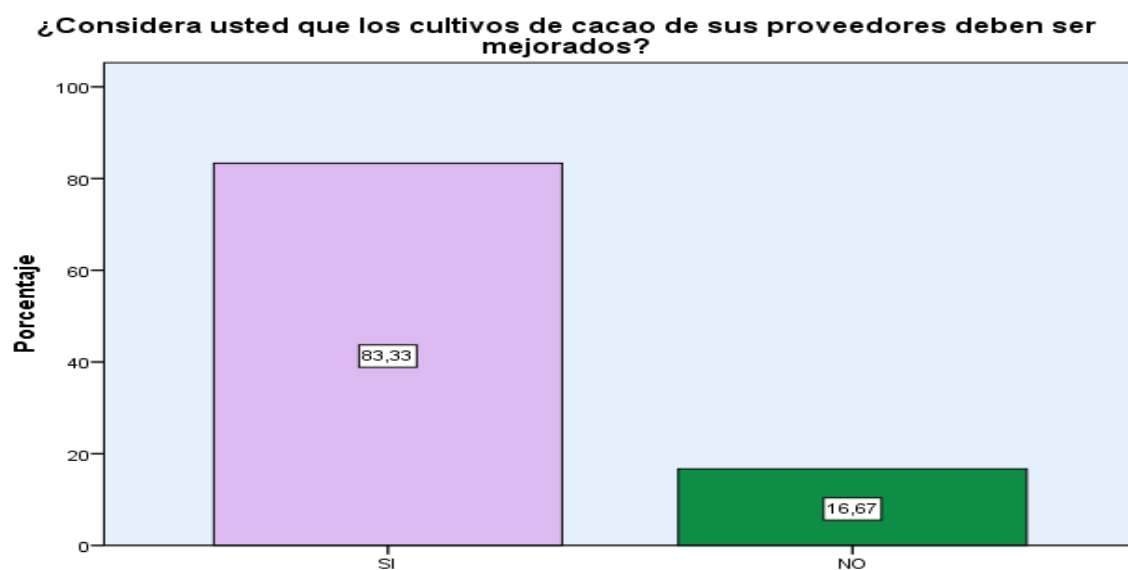
14 ¿Considera usted que los cultivos de cacao de sus proveedores deben ser mejorados?

Tabla 3. 21 Cultivos de cacao mejorados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	10	83,3%	83,3%	83,3%
Válidos NO	2	16,7%	16,7%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.16 Cultivos de cacao mejorados



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

El 88.33% respondieron que sí, debido a que muchas veces existe la combinación de cacao fino con el cacao criollo, y algunas mazorcas llegan muy maduras, lo cual para el exportador o comprador es una desventaja, y un 16,67% respondió que no, ya que no han tenido por el momento problemas con sus proveedores.

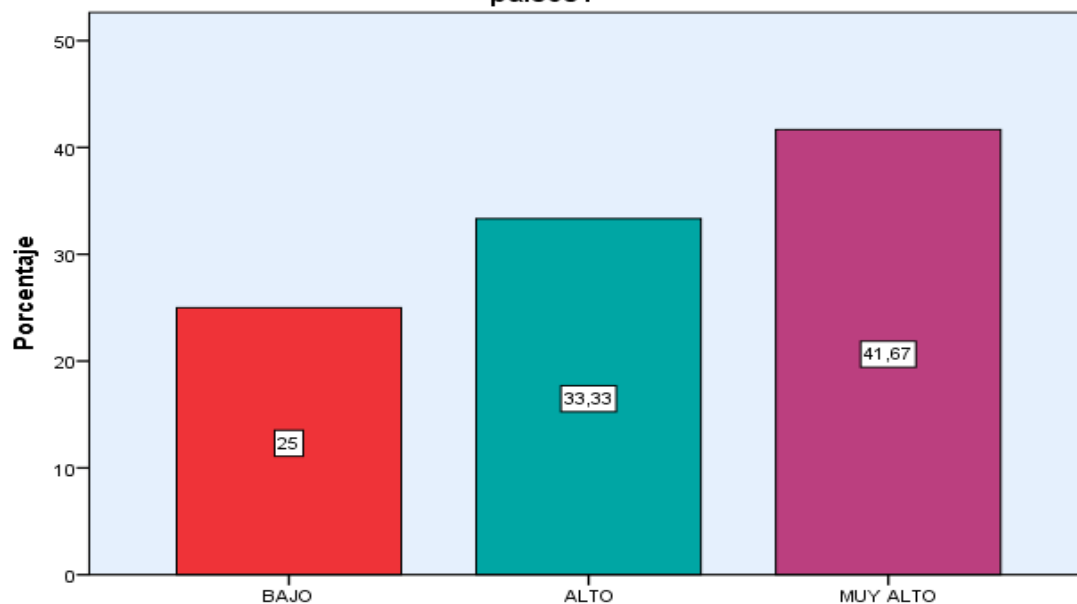
15 ¿Qué tan rentable es exportar cacao fino de aroma ecuatoriano a los demás países?

Tabla 3.22 Rentabilidad de exportación de cacao a otros países

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos BAJO	3	25,0%	25,0%	25,0%
ALTO	4	33,3%	33,3%	58,3%
MUY ALTO	5	41,7%	41,7%	100,0%
Total	12	100,0%	100,0%	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.17 Rentabilidad de exportación de cacao a otros países
¿Que tan rentable es exportar cacao fino de aroma Ecuatoriano a los demas países?



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Como se demuestra en la gráfica la mayoría respondió con un 41.67%, diciendo que el cacao es de calidad que algunos países ofertan precios módicos pero que a un largo plazo obtendrá sus beneficios.

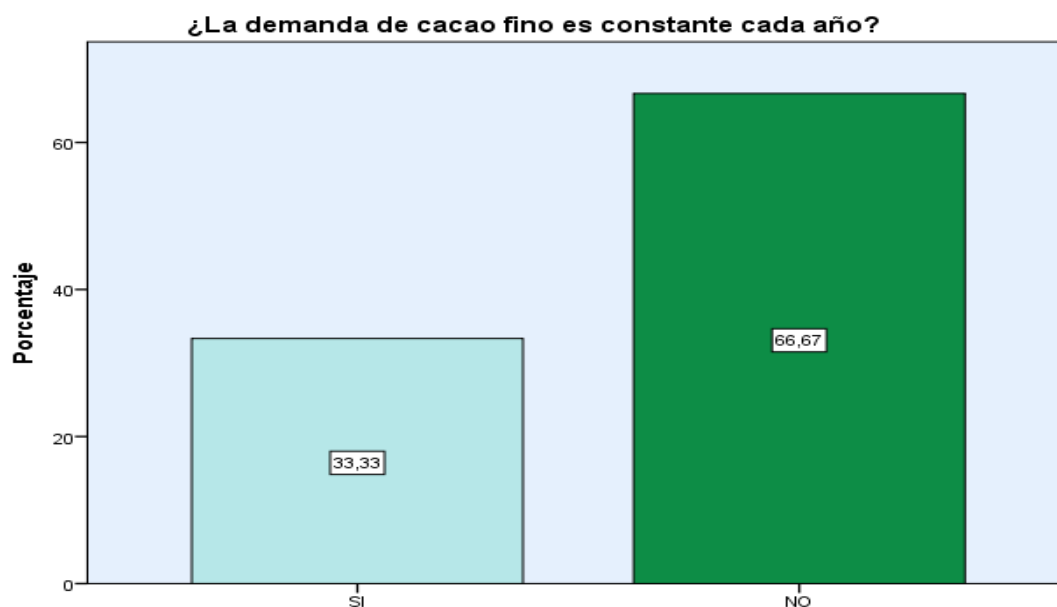
16¿La demanda de cacao fino de aroma es constante cada año?

Tabla 3.23 Demanda de cacao es constante cada año

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	4	33,3	33,3	33,3
Válidos NO	8	66,7	66,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3.18 Demanda de cacao es constante cada año



Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Respecto a esta pregunta el 66,67% de exportadores supieron indicar que el cacao no es constante todo el año, debido a la lluvia fuerte en el caso que se dé el fenómeno del niño, a pesar que si se exporta cacao todo el año y un 33,33% dijo que si ya que tienen reservas de caca.

3.13 Entrevistas y Observación Directa.

Además de las entrevistas a empresarios exportadores, funcionarios públicos, se utilizó la técnica de la observación directa que sirve para validar las entrevistas por lo que se destaca la importancia de esta investigación y futuros trabajos.

La entrevista en Pro Ecuador con el Ing. Francisco López, delegado sectorial de Pro Ecuador quien supo indicar que el cacao CCN51 es el más vendido a nivel internacional, seguido del cacao fino de aroma, a pesar que Ecuador se encuentra en el quinto puesto de ranking debido a que el cacao ecuatoriano es uno de los mejores a nivel mundial. Expreso también que se debería también buscar nuevas oportunidades en otros países y no solo en el continente Asiático.

El Ing. Walter Márquez, profesor de la Universidad Politécnica Salesiana expresó acerca del tema de Planeación Estratégica, con respecto a la exportación del cacao, Y considera que en todo Plan Estratégico uno debe de reconocer el entorno externo e interno de la empresa, para que de esa manera se pueda poner en ejecución el plan a seguir, los planes estratégicos de cada empresa son diferentes, a pesar que recomendó que los planes a seguir deberían de tener largos plazos, cada estrategia depende de las debilidades y fortalezas expreso en Ing, como también las ventajas competitivas de cada producto.

En el Grupo Quirola, empresa exportadora de cacao, camarón y banano, el Ing. César Álvarez exportador del grupo, reconoció que en la actualidad el Ministerio de Agricultura debería de cambiar la metodología de asesoramiento para que el productor sepa y reconozca el valor del cacao Ecuatoriano. Expresó también que no todo químico debe de ser establecido en las plantaciones de cacao, debido a que las plantaciones son antiguas y en la actualidad no existe un manejo tecnológico.

Y el Lic. Homero Castro, asesor financiero, habló acerca de la actividad cacaotera que

para Ecuador ha sido el sostén de la agricultura, ya que Ecuador es un país netamente agrícola y que la exportación del cacao en estos últimos años ha sido muy buena, debido a que en la actualidad el cacao de aroma fino del Ecuador está siendo reconocido como uno de los mejores cacaos a nivel internacional, y lo más recomendable sería no solo exportar la materia prima sino procesados.

3.14 Objetivos del Plan

3.14 .1 Generales

A través de una planeación estratégica de nuestro cacao fino de aroma este se puede diferenciar por su aroma y finura del producto, para posicionarlos en el mercado no tradicional de China.

3.14.2 Específicos

Se ha cumplido lo esperado de la tesis, a pesar que Ecuador es un país pequeño comparado con China pero su producto es único en el mercado mundial

La demanda de China es alta, ellos más utilizan en cosmetología y farmacéutica ya que pudimos investigar que este país se beneficia de nuestro producto por este medio.

Cumplimos con la investigación de los países que exportan a mayor cantidad que el nuestro, eso no quiere decir que Ecuador no pueda exportar más de lo esperado, tenemos que incentivar más a las empresa exportadoras para cumplir con la demanda del producto.

La estrategia planteada se puede cumplir un largo plazo, Ecuador es rico en agricultura y el producto es beneficioso para el país seleccionado, China.

Tiempo de Ejecución del Plan

- ✓ Cinco años, a la espera de la realización y el cumplimiento de metas y objetivos planteados para lograr crecer económicamente y dar a conocer a otros países nuestro cacao fino de aroma.

3.15 Estrategias

Este plan va dirigido al mercado asiático en especial con la ciudad de Shanghái, beneficiará a la economía de nuestro país, en especial a los intermediarios tanto local como regional ecuatorianos, ya que se demuestra que este producto como lo es el cacao fino de aroma es competitivo de buena calidad y bien valorado en diferentes países del mundo. Uno de los factores que favorece a Ecuador es el clima. Para comerciar nuestro producto debemos de:

- ✓ Tener personal viviendo en China que conozca el mercado, es decir distribuidor, representante comercial como en el caso de Pro Ecuador, existe un representante en Shanghái (Jefe de Oficina Comercial)
- ✓ Un distribuidor en China.
- ✓ Un joint venture: ²¹ puede ser una buena estrategia, reportando interesante beneficios y contribuir a una expansión que reafirme la presencia del producto en China.
- ✓ Un socio local chino que nos aporte confianza suficiente para vender nuestro producto.

En la actualidad, China se consolida cada vez más como una potencia mundial.

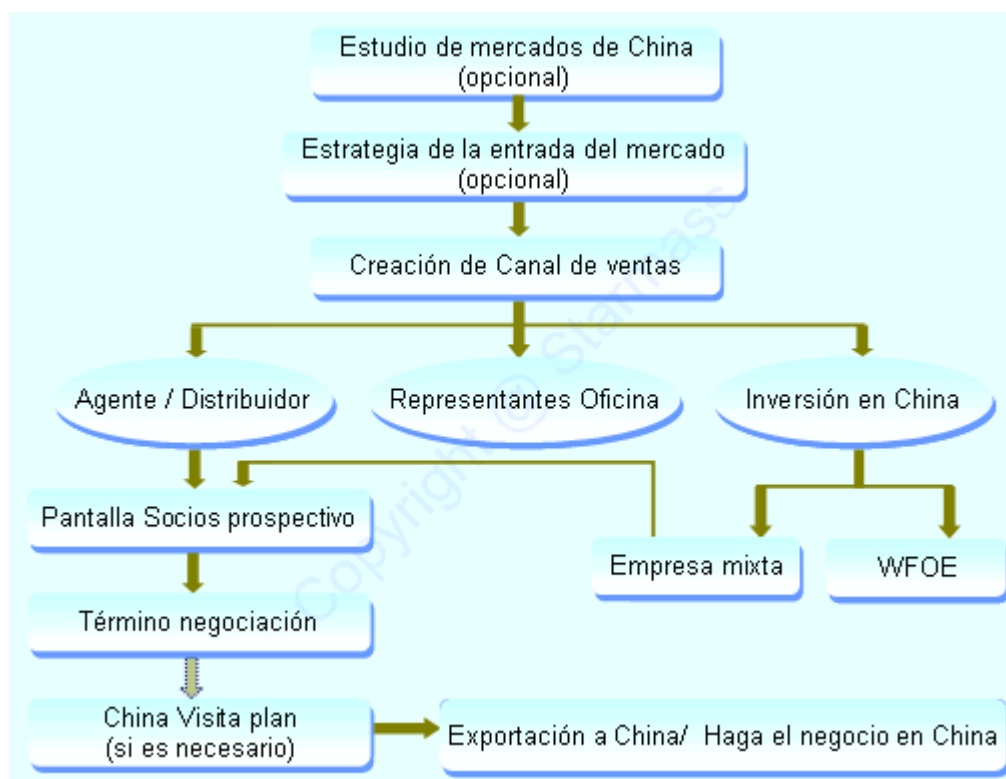
Principalmente, por tener un sostenido crecimiento económico. China es reconocida por producir más de la mitad de más cámaras fotográficas del mundo, aires acondicionados, televisores, juguetes, lavadoras, en el aspecto cultural y sociológico sus costumbres son milenarias con influencia del confucianismo²², es decir que las relaciones personales serán esenciales bajo la ética confuciana, el negociador chino querrá asegurarse de que la persona es honorable y que cumplirá con su compromiso.

²¹ Joint Venture, tipo de acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas

²² Confucianismo, conjunto de doctrinas morales, políticas y religiosas defendidas por Confucio (pensador Chino)

Organigrama proceso de la entrada del mercado comenzando con estrategias:

Imagen 3.2 Proceso de la entrada del mercado chino



Fuente: América Economía, 2012

3.15.1 Estrategias por Producto

Según Fuentes de Pro Ecuador, el cacao fino de aroma es un producto estrella para el mercado chino, el cacao fino de aroma en los últimos años, es más conocido por su calidad internacional, hoy en día en Shanghái prefieren nuestro cacao en materia prima, ya que mayormente lo utilizan en cosmetología y farmacéutica, nuestro producto representa oportunidad para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo, posesionándose como uno de los mejores a nivel mundial.

²² WFOE (Wholly Foreign-Owned Enterprise) sociedad de responsabilidad limitada de propiedad extranjera.

Algunas estrategias podemos formular relacionadas al producto:

- ✓ Diferenciar a nuestro producto, sus características como atributos, beneficios y mejoras, para poder diferenciarnos de nuestra competencia, un ejemplo seria cambiar la imagen, diseño de la presentación, y el empaque.
- ✓ Lanzar a nuestro producto servicios complementarios; por ejemplo la entrega del producto a las diferentes empresas que requieran nuestro cacao.

Imagen 3.1 Cacao Fino de Aroma



Fuente: Las Autoras, Hacienda Simón Bolívar.

3.15.2 Estrategia por Precio

El precio de venta del cacao, está determinado por los precios esenciales del mercado mundial

Según los recintos rurales el precio está entre 115 a 125 dólares el quintal y según la Bolsa de Productos Comodities esta hasta en 127 dólares:

- ✓ Reducir precios por debajo de los de la competencia con el fin bloquear y ganarle mercado.
- ✓ Ofrecer descuento por pronto pago, por volumen o por temporada.

- ✓ Precios competitivos, para un plazo de cinco años, podamos aumentar los precios y ser más rentable.

En la actualidad la tonelada métrica de cacao está valorado en el mercado según Anecacao en \$2,955

3.15.3 Estrategia por Canal

(Banco Central del Ecuador, 2012) China es un mercado con más de 1,200 millones de potenciales consumidores, el Banco Mundial prevé que para el año 2020 China sea la primera economía mundial.

Shanghái está situada al este de China con más de 20 millones de habitantes, es la ciudad más poblada de China. A los compradores de Shanghái les gusta la puntualidad

- ✓ Entrega rápida a nuestros clientes potenciales, con el fin de demostrar nuestra eficiencia al momento de solicitar nuestro producto.
- ✓ Servicio al cliente excelente.
- ✓ Conocer de nuestros clientes su gusto y su preferencia para brindarles más comodidad al recibir el producto.

3.15.4 Estrategia por Promoción

Nuestro producto será promocionado de la siguiente manera:

- ✓ Eventos en ferias internacionales.
- ✓ Invitaciones a potenciales compradores, para que visiten el stand.
- ✓ Por medio de páginas web, como Alibaba.com, que es una página china donde se dan a conocer una diversidad de productos.
- ✓ Empresas que promocionen nuestro producto.
- ✓ Rueda de negocios.

Tabla 3.24 Matriz de Verificación de Hipótesis

Elementos de la Hipótesis	Reflexión	Verificación
La elaboración de un plan estratégico incide significativamente en las exportaciones.	Sí, porque conocemos las falencias a la hora de exportar nuestro cacao a otro país.	Lo podemos verificar por medio del FODA. Pag. 61, 78 y 79
En la rentabilidad de la actividad productiva del cacao fino de aroma Ecuatoriano.	A medida que aumenta la utilidad del producto, se incrementa su valor. Cuando nuestro producto se exporte al mercado seleccionado conoceremos más la reacción del consumidor, para conocer si el producto resulta más rentable de lo esperado.	En esta verificación con respecto a la rentabilidad si se podría cumplir, debido a que existen precios y estrategias Pag. 32 y 103
Hacia el mercado de Shanghái en China.	Es una economía muy fuerte seremos capaces de llenar las expectativas y gustos de nuestro producto a este país tan conocido por comprar nuestro cacao para industrias farmacéuticas o cosmetología.	Con respecto al mercado de Shanghái en la actualidad hay más exportaciones. Pag 46 y 47

Fuente: Autoras

Conclusiones

- Ecuador exporta varias clases de cacao, como el cacao criollo y el cacao fino de aroma, el producto más exportado es el cacao CCN51 siguiendo el cacao fino de aroma.
- La producción y venta del cacao genera mayores exportaciones a países como Estados Unidos, grupo de países como Unión Europea, China, siendo para nosotras el principal destino Shanghái en este último caso.
- En otros países el cacao fino de aroma ecuatoriano es considerado el mejor a nivel mundial, siendo así que actualmente ocupa el quinto lugar en la tabla de exportadores mundiales de cacao.
- La excelente calidad del cacao fino de aroma ecuatoriano son características únicas y difíciles de igualar por parte de los competidores, representando esto una ventaja competitiva.
- Mediante un plan estratégico exportador se pueden incrementar las exportaciones a diferentes países, como el caso chino, en especial al mercado de Shanghái.
- El análisis realizado de la situación actual, objetivo a cumplir para el desarrollo, problemas del sector, ventajas, y exportación del cacao de aroma fino, determinan que el presente proyecto si es viable.
- Las estrategias para mejorar la exportación y la producción del cacao ecuatoriano, se llevaron a cabo mediante una observación detallada de las causas esenciales de los problemas que tienen los productores del país. Para mejorar cualquier tipo de proceso sin duda se debe hacer esto, mediante una investigación y una inversión

por parte del gobierno, que sean y estén bien enfocadas en la problemática del sector.

- La hipótesis si cumplió con lo esperado, donde se afirma que existe exportaciones de cacao fino de aroma ecuatoriano hacia el mercado de Shanghái, mediante comprobación estadística y de esa manera poder realizar un plan estratégico.

Recomendaciones

- Vale destacar que es importante participar en ferias internacionales y eventos que puedan optimizar los Canales de Promoción, utilizar campañas publicitarias mediante el uso de páginas web que permitan dar a conocer nuestro producto, de esa manera se ampliaría la cartera de clientes.
- Continuar con los programas de promoción de productos de exportación del Ecuador es decir mostrar nuestros productos a países extranjeros y seguir promoviendo el cacao fino de aroma.
- El gobierno ecuatoriano debe seguir impulsando proyectos que beneficien al sector agropecuario para mejorar su productividad y competitividad, para que quienes tengan conocimiento en el ámbito cacaotero puedan añadirse y participar de aquello
- Mejorar la productividad por hectárea en las haciendas con el producto solicitado en el momento, esto aumentaría la oferta exportable de cacao al mundo, es necesario ampliar y mejorar infraestructuras de acopio, fortalecer los procesos de Asociatividad, mejorar los sistemas de control de calidad del cacao, fortalecer acuerdos entre los actores de la cadena productiva del cacao y reducir costos.
- Siendo prácticamente el único país que tiene el cacao fino de aroma con su característica y un sabor diferente, es importante no descuidar el aspecto de

calidad, ya que todos los consumidores prestan mucha atención a productos sobre todo orgánicos que no hayan sido manipulados con químicos, así como también donde exista una correcta paga al productor.

- Es importante entender que el cacao constituye un sustancial rubro dentro de la economía del país, siendo el quinto país productor y exportador de cacao en el mundo. Para ello es indispensable dar la atención que merece el productor y el sector cacaotero.

Bibliografía

Asistencia técnica en producción de cacao. Recuperado de:

http://www.secap.gob.ec/oferta/archivos/media/agricultura/asistente_tecnicoenproduccion_de_cacao.pdf

Aspectos importantes para negociar con Chinos. (s/f). Recuperado de

<http://mba.americaeconomia.com/articulos/columnas/para-hacer-negocios-con-china-fijese-en-6-aspectos-claves-de-su-cultura>

Ballesteros Román, Alfonso (2010). Comercio Exterior: Teoría y Práctica. Pag. 49

Barberán, O. & Fajardo, G. (2013). Plan Estratégico Exportador para el fomento y promoción de paja toquilla. (Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana)

Banco Central del Ecuador. (2013). Recuperado de

<http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Bases Teóricas. Recuperado de

<http://www.theodinstitute.org/joomla/que-dicen-los-expertos-en-empresas-y-do/10-autores/189-taylor-frederick-w.html>

Bayard V., Chamorro F., Motta J. & Hollenberg, NK. (2007). Recuperado de Cacao en grano de Ecuador Business Intelligence from Dezan Shira & Associates. Recuperado de <http://www.starmass.com/es/export-to-china.htm>

Circuito Comercial Internacional de Cacao Fino en Ecuador, (2008). Anecacao, Boletín Técnico, 10

Chinese Government's Official Web Portal. Recuperado de
[http:// English.gov.cn/index.htm](http://English.gov.cn/index.htm)

Colón D. Rodriguez R. & Salvador A. (2009). Planeación Estratégica.

Concepto de Reformas Borbónicas. Recuperado de
http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/estados/libros/sinaloa/html/sec_65.html

Cotización de naviera. (2013). Recuperado de
[http://www.ecuadorenchina.org.ec/sites/default/files/FICHA%20COMERCIAL%20CHINA\[1\].pdf](http://www.ecuadorenchina.org.ec/sites/default/files/FICHA%20COMERCIAL%20CHINA[1].pdf)

Costa de Marfil principal exportador mundial. Recuperado de
http://www.africainfomarket.org/site_content/54-mas-informacion-pais/12371-costa-de-marfil-principales-sectores-agricultura

Destinos de Exportaciones de Ecuador de Cacao y Elaborados. Recuperado de
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PERFIL-DE-CHOCOLATE-IED1.pdf>

Economía sostenible del cacao. Recuperado de <http://www.finanzzas.com/economia-sostenible-definicion>

Empresa Orbetradars, (2013). Recuperado de <http://www.orbetradars.com>

Empresas de Cacao Fedexpor. Recuperado de
<http://www.fedexpor.com/directorio/empresasexportadoras/item/cacao-inalnapo-cia-ltda>
<http://guiaecuador.ec/exportadores-de-cacao/empresas-guia.html>

Entendimientos Bilaterales con China, (2011). Recuperado de
<http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador-china>

Estimación y consumo del cacao, (2013). Recuperado de www.anecacao.com

Exportaciones de Cacao en grano, (2013). Recuperado de
<http://www.anecacao.com/es/estadisticas/>

Flores G. Marcos , (2011). La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador. Pag. 91 y 96

Fred R, (2012).Concepto de Administración Estratégica. Novena Edición

Hoyos, S. Ballesteros, R. (2013). Plan de Marketing diseño, implantación y control. Ecoe Ediciones

Incoterms, (2012). Recuperado de
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

Indicadores Económicos. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Inocuidad Art. (2013). Recuperado de http://www.agrichina.org/download/DOC-CAP-005-2009-Nota_Explicativa_de_la_Nueva_Ley_de_Inocuidad_Alimentaria-final.pdf

Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. Recuperado de
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/exportarproductos/434-como-entrar-al-mercado-chino>

MAGAP, rendimiento y época de cosechas. (2011). Recuperado de
<http://www.ecuaquimica.com/cacao.pdf>

MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesaca). Rendimiento y época de cosechas, (2011). Recuperado de <http://www.ecuaquimica.com/cacao.pdf>

Organización Mundial del Cacao. ICCO, Precios. Recuperado de <http://www.icco.org/statistics/cocoa-prices/daily-prices.html>

Población de China: Instituto Geográfico Militar/IGM. Recuperado de: <http://www.igm.gob.ec>

Precios del Cacao, ICCO. Recuperado de http://www.icco.org/statistics/cocoa-prices/monthly-averages.html?currency=usd&startmonth=05&startyear=2014&endmonth=12&endyear=2014&show=graph&option=com_statistics&view=statistics&Itemid=114&mode=custom&type=1

Principales Proveedores de China, (2014). Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec>

Productos específicos a Shanghai-China. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec>
www.agroneciocacao.com

Pro Ecuador: Aspectos logísticos del cacao. (2013). Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/cuales-son-los-tipos-de-embalaje-de-las-mercancias-exportadas/>

Pro Ecuador Perfil de China, (2013)

Requisitos de empaque y embalaje, (2013). Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec>

Sainz de Vicuña Ancín, José María, (2004). La importancia del Plan de Marketing como herramienta de Gestión. Edición Planeta de Agostini

Sector cacaotero. Recuperado de

<http://www.fao.org/agronoticias/agro-noticias/detalle/es/c/211913/>

<http://www.agricultura.gob.ec/magap-subscribe-convenio-para-fortalecer-el-sector-cacaotero-del-pais/>

<http://www.anecacao.com>

Torres, L. (Marzo 2013). Cacao Fino de Aroma

Anexos

Anexo 1: Entrevista con el Ing. Francisco López (Analista del Servicio de Asesoría Integral al Exportador)

1.- De acuerdo a su experiencia en cuanto al proceso de exportación ¿Existe mercados del grano no explotados y por qué? ¿Qué oportunidades se presentan para el Ecuador?

De acuerdo a la pregunta, existen nichos de mercado los cuales el Ecuador no ha sabido explotar en su totalidad, debido a que hay mucha competencia. Ecuador se encuentra en el quinto puesto desplazando a Camerún en el ranking mundial cacaotero. Pero eso no quiere decir que este país no es fuerte ya que el número de hectáreas de cacao que este país tiene sembradas sobrepasa a las del Ecuador, los privilegios que tienen estos países son sus acuerdo con la Unión Europea por lo que se les hace más fácil llegar al continente, ya que su cacao al no ser fino de aroma es mucho más económico, ese sería unas de las grandes debilidades del Ecuador con los nichos más importante del cacao a nivel internacional.

Tenemos que buscar oportunidades nuevas en los demás países y ser innovadores en nuestro producto ya no solo en materia prima sino con un producto distinto o llamativo para Los mercados como por ejemplo: mercados gourmet o nichos específicos que utilicen este cacao como los hoteles o restaurantes, que pueden ser explotados POR las empresas de exportadoras ecuatorianas.

2.- ¿Qué país considera usted que es de interés para el Ecuador al momento de exportar cacao a mediano y a largo plazo?

Francia, Alemania y Bélgica son los principales compradores de este tipo de cacao a nivel internacional porque a su vez tienen las más grandes industria chocolateras tanto sea cacao fino de aroma, y tienen una cultura en las cuales ellos fomentan la cocina gourmet de calidad a nivel internacional. Ellos tienen un estándar histórico sobre ese tipo de mercado en el cual el chocolate fino de aroma es el de mayor demanda.

3.- ¿La demanda externa de cacao fino de aroma ecuatoriano se mantiene estable todo el año?

Si, normalmente varía según la época del año por eso los compradores internacionales de gourmet siempre hacen sus pedidos con anticipación, y lo utilizan para fabricar otros insumos como chocolate, pasta etc.

4.- ¿Cómo fluctúan los precios del cacao en los mercados internacionales y cuál es el comportamiento del mercado?

EL cacao es un commodity, por lo que su precio puede fluctuar a través de la bolsa de valores.

Es cierto que el cacao fino de aroma tiene un precio superior al cacao normal, esto ya es algo específico a nivel internacional por parte del comprador según este vea la calidad del cacao.

5.- ¿Principales competidores y forma de ingreso?

Principal competidor a nivel europeo son los países africanos con el chocolate normal y dentro de Latinoamérica Colombia y Perú también producen este tipo de cacao no en el mismo volumen que Ecuador pero si son mercados emergentes que a largo plazo pueden ser unos grandes competidores para el Ecuador.

6.-Qué ventajas y desventajas se presentan para el Ecuador en el comercio del cacao fino de aroma?

Es su marketing histórico, es decir el cacao ecuatoriano históricamente ha ido catalogado como uno de los mejores del mundo esto nos da un valor agregado muy interesante para los compradores, es nuestro prestigio a nivel internacional.

Nuestra desventaja sería que los productores a nivel nacional aún no tienen una mentalidad exportadora que deseen mejorar la manera de producir su producto lo cual siempre nos va a traer cierto conformismo, ellos van a preferir comercializar su producto dentro del país o venderlo a algún intermediario, el cual encarece el producto antes que exportarlo ellos mismo directamente.

7.- ¿Quién pone los precios del cacao fino de aroma el importador o exportador?

Solo la Bolsa de Valores pone el precio del cacao, si es un cacao fino de aroma el plus que le da el precio lo pone el comprador Al exportador que puede exigir un precio, pero la última palabra la tiene el comprador.

Entrevista en Pro Ecuador con el Ing. Francisco López (Analista del Servicio de Asesoría Integral al Exportador)



**Anexo2: Entrevista con el Ing. Walter Márquez (Profesor de Planeación
Estratégica de la Universidad Politécnica Salesiana)**

1. ¿Considera usted necesario la elaboración de un Plan Estratégico para toda empresa que exporte o quiera incursionar en mercados internacionales y que recomendaciones nos puede dar en su elaboración?

Si, uno tiene que analizar lo que tiene que ver con el entorno externo, la manera como este se maneja, por ejemplo: el mercado, regulaciones gubernamentales, aspectos legales, acuerdos entre países como de comercio exterior, a nivel país si existe facilidad para exportar. etc.

Además de ver cómo está el mercado, formas de negociación, criterios de posible entorno, y también ver el entorno interno de la empresa, como: infraestructura, recursos humanos, tecnología, administración.

2. ¿Cuál es la importancia de los objetivos a largo plazo que debe establecer la empresa en el Plan Estratégico?

Cuando se habla de plan estratégico, se habla por naturaleza de que sus objetivos serán a largo plazo, esto es muy importante ya que uno debe tener una correcta lectura del entorno externo.

3. ¿Cuál es el tiempo que usted recomienda se debe establecer los objetivos del Plan Estratégico de una empresa?

Depende de que tan largo sea el plazo que se establezca, por ejemplo debe de tomarse en cuenta las decisiones estratégicas y no tan solo la parte operativa, debo de ver mis

debilidades y fortalezas para poder cumplir mi meta. La variable que va a influir para el tiempo va a depender del cual es la meta y el objetivo que se quiere lograr

4. ¿Hay alguna metodología que se utilice para implantar los objetivos del Plan Estratégico?

Los objetivos no se implantan, se consiguen, lo que voy a implantar es el plan estratégico, cuando uno establece el plan estratégico está estableciendo el cómo conseguir los objetivos y esa viene a ser mi metodología a través de un análisis interno, externo, como el FODA.

5. ¿Qué variables son decisorias cuando una empresa quiera establecer una estrategia para incursionar en un mercado?

Las estrategias dependen de las debilidades y fortalezas, existen matrices que llevan de lo cualitativo a lo cuantitativo. Una ventaja competitiva es diferenciar un producto de otro, en el caso del cacao es el sabor único.

6. ¿Qué importancia tiene para la organización la realización de una evaluación interna de los recursos con que esta cuenta?

Es muy importante ya que depende de los recursos que uno tenga, uno tiene que realizar un análisis de los recursos para poder aprovechar las oportunidades.

7. ¿Las características del entorno actual de los negocios pueden afectar a las organizaciones en este mundo competitivo?

Si puede afectar, depende del entorno interno y externo, si es que llegan a tener experiencias, precios de venta, costos.

Entrevista con el Ing. Walter Márquez (Profesor de Planeación Estratégica de la Universidad Politécnica Salesiana)



Anexo 3: Entrevista con el Ing. César Álvarez, exportador del Grupo Quirola

1. El MAGAP de qué manera beneficia a los agricultores

La política actual del gobierno ha logrado que el Ministerio de Agricultura cambie la metodología de asesoramiento y llegada del productor, ahora existe un seguimiento y seriedad que hacen los técnicos del MAGAP.

2. Nos recomienda tener intermediario cacaotero

En todo comercio se ve como un miembro al intermediario, pero realmente no es así, es la persona que facilita a muchos productores llegar al mercado con su producto, lo negativo es en la falta de información del productor versus la información del intermediario, es decir que si al productor yo le facilito la capacitación real él va a estar más preparado para negociar con su intermediario.

3. ¿Por qué varía el precio del cacao en diversos países?

El cacao cerró en 2,748 TM, pero si le pregunta a un finquero no lo sabe y esa sería la herramienta que necesita para poder negociar con su intermediario, varían los precios como cualquier producto commodity, depende de la oferta y la demanda en un 100% la industria chocolatera tiene sus etapas de procesamiento, almacenamiento ya definido y son los periodos que por la demanda del mercado de consumidor final, ellos ya conocen que deben de tener disponible en sus bodegas el cacao en el momento, ya que cuando se abastecen suben los precios

4. ¿Quiénes pueden certificar el cacao a parte de Agrocalidad?

Si es para exportación, el certificado lo entrega solo Agrocalidad como ente regulador del país.

5. ¿Qué tipo de químico se usa frecuentemente en el cacao?

Las plantaciones nacionales que son antiguas y que no tienen un manejo tecnológico no usan absolutamente nada, quizás usen fertilizante en entrada de invierno y salida de invierno, pero las nuevas plantaciones utilizan un alto paquete tecnológico, debido a que garantiza el rendimiento óptimo del cacao.

Entrevista con el Ing. César Álvarez, exportador del Grupo Quirola



Anexo 4: Entrevista con el Lic Homero Castro, Asesor Financiero y Gerente Financiero de la Universal

1.- ¿Considera usted que existe algún organismo estatal que asesore, fomente y apoye al agricultor del grano, para exportar?

MAGAP organismo de gobierno que atiende toda la actividad agrícola del país, entre ellos tenemos el cacao, banano, café, mango, flores. El cacao es orgánico y de mejor aceptación que significa que no tiene químico, por lo que es un producto sano.

2.- ¿Qué tan rentable resulta la actividad cacaotera?

La actividad cacaotera, siempre ha sido parte del sostén de la agricultura del país, Ecuador es un país netamente agrícola y en el pasado siempre ha existido el gobierno de desarrollo social a base de la agricultura y habiendo épocas de mucha importancia, el país ha dependido solamente de la exportación, y el cacao representa un rubro muy importante.

La demanda de cacao a nivel mundial siempre supera la producción, el negocio y la producción del cacao es muy buena pero sería mejor para el país no exportar la pepa sino exportarla semi elaborada como producto final.

3.- ¿Qué debe hacerse para elevar la productividad y que sea más rentable?

Se debería buscar para elevar la productividad mirando el sentido comercial, a mí no solo me beneficiara vender cacao, es decir el grano, debido a que a mí me ponen el precio y esto es manejado por la Bolsa de Valores de Londres, en USA ellos ponen precio pero quienes son los que manejan esa Bolsa son los compradores, entonces hay un mercado especulativo ellos crean la demanda y suben los precios, cierran la demanda bajan los precios ellos son los grandes intermediarios y ganan más que el productor.

Hay que mirar en la parte comercial lo que beneficia al país, con un producto terminado o semielaborado, porque genera trabajo a los agricultores y a sus familias, lo que se deriva a buscar elevar la productividad es mirar el sentido comercial de la actividad.

4.- ¿Cómo varia el cacao ecuatoriano en relación con otros competidores?

Se lo diferencia más en calidad y aroma.

5.-Tenemos algún producto sustituto que reemplace a nuestro cacao fino de aroma?

No hay producto similar, en África compran el cacao pero no tiene el mismo sabor y aroma, pero si hay chocolate sintético, es decir que existen firmas en Suiza, Francia o Inglaterra que fabrican esencias, ellos producen químicos que mezclan y que dan olor, color y sabor a un cacao fino DE aroma pero no es chocolate, no SE encuentra cacao puro.

Cualquier producto que se pretendiere reemplazar al cacao fino de aroma solo sería sintético no natural, el cacao fino de aroma es único.

Entrevista con el Lic. Homero Castro (Asesor Financiero y Gerente Financiero de la Universal)



**Anexo 5: Viaje a la Hacienda Simón Bolívar, situado en el cantón Simón Bolívar
Provincia del Guayas**



Viaje a la Hacienda Simón Bolívar, situado en el cantón Simón Bolívar Provincia del Guayas



Anexo 6: Formato para Validación de Encuestas

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Plan estratégico de exportación de cacao fino producido en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghai

Autor: Crisithina Lisett Mejillones Pólit, Vanessa Johanna Jaime Torres

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Cuestionario dirigido a Empresas Exportadoras de Cacao Fino de Aroma.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		
16	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Karina Anabella Pucuro B.	Firma: 
	Profesión: Ingeniera Comercial	
	Cargo: Asistente - Jefe de Area.	C.I. 0915665681.
	Fecha: 05/dic/2014.	

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Formato para Validación de Encuestas

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Plan estratégico de exportación de cacao fino producido en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghai

Autor: Crithina Lisett Mejillones Pólit, Vanessa Johanna Jaime Torres

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Cuestionario dirigido a Empresas Exportadoras de Cacao Fino de Aroma.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tiene el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		
16	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres:	Francisco Herrera	Firma: 
	Profesión:	Ingeniero Comercial	
	Cargo:	Docente	
	Fecha:	04/Dic/2014	
		C.I.	091352308

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Formato para Validación de Encuestas

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Plan estratégico de exportación de cacao fino producido en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghai

Autor: Cristhina Lisett Mejillones Pólit, Vanessa Johanna Jaime Torres

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Cuestionario dirigido a Empresas Exportadoras de Cacao Fino de Aroma.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento P= Pertinente NP= No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I= Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		
16	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres:	Oswaldo Nuñez	Firma:	
	Profesión:	Ingeniero		
	Cargo:	Docente		
	Fecha:	4/12/2014		
			C.I.	0924764703

Observaciones

Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

